



Università
della
Svizzera
italiana

UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PISA

FONDAZIONE CAMPUS

Corso di Laurea Magistrale in
Progettazione e Gestione dei Sistemi Turistici Mediterranei

TESI DI LAUREA

Caratteri e opportunità del turismo lucchese con particolare riferimento ai grandi eventi

Relatore

Chiar.mo Prof. PAOLO MACCHIA

Candidato

ANNA ROMANI

ANNO ACCADEMICO 2014-2015



FONDAZIONE CAMPUS

INDICE

1. Prefazione.....	pag.4
2. Introduzione.....	pag.7
2.1. Versilia.....	pag.14
2.2. Media Valle del Serchio.....	pag.36
2.3. Garfagnana.....	pag.54
2.4. La Piana di Lucca.....	pag.86
3. Turismo dei grandi eventi nella Provincia di Lucca.....	pag.103
3.1. Lucca Comics and Games.....	pag.104
3.1.1. Introduzione.....	pag.104
3.1.2. Storia.....	pag.106
3.1.3. Aree della fiera.....	pag.108
3.1.4. Analisi SWOT.....	pag.121
3.1.5. Analisi delle presenze turistiche alla manifestazione "Lucca Comics and Games" in questi ultimi anni.....	pag.129
3.1.6. Implicazioni sociali della manifestazione.....	pag.132
3.1.7. Misure volte a favorire uno sviluppo sostenibile.....	pag.134
3.1.8. Conclusioni.....	pag.139
3.2. Lucca Summer Festival.....	pag.141
3.2.1. Introduzione.....	pag.141
3.2.2. Storia.....	pag.142
3.2.3. Organizzazione dell'evento.....	pag.144
3.2.4. Analisi SWOT.....	pag.149
3.2.5. Analisi delle presenze turistiche alla manifestazione "Lucca Summer Festival", con particolare riferimento all'edizione 2015..	pag.154
3.2.6. Misure volte a favorire uno sviluppo sostenibile.....	pag.166
3.2.7. Conclusioni.....	pag.168
4. Alcune idee per "eliminare" il turismo "mordi e fuggi"	pag.170
5. Conclusioni.....	pag.174
6. Appendice.....	pag.177
6.1. Il programma internazionale Bandiera Blu.....	pag.177
6.2. Garfagnana in Castagna.....	pag.179

6.3. Anche nel mondo dei Comics si mangia, si beve e si ingrassa.....	pag.180
6.4. Emanuela pacotto.....	pag.181
7. Bibliografia.....	pag.183
8. Sitografia.....	pag.185

1. PREFAZIONE

L'obiettivo di questa tesi è quello di studiare come si è evoluto il turismo, in provincia di Lucca, in questi ultimi cinque anni, da diversi punti di vista:

- Le caratteristiche artistiche e paesaggistiche del territorio;
- Il flusso di presenze;
- Il tipo di ricettività;
- Il target;
- L'offerta turistica legata ai grandi eventi;
- La sostenibilità, soprattutto nei periodi di maggiore flusso.

Lucca è sicuramente una città a vocazione turistica. Il turismo, però, si è sviluppato molto lentamente, anche a causa di una mentalità caratteristica della popolazione (soprattutto del centro storico) poco incline al cambiamento e poco aperta all'accoglienza e a qualunque iniziativa che muta, in qualche modo, la routine della vita di ogni giorno.

Ne sono una testimonianza le difficoltà che gli organizzatori e l'Amministrazione Comunale incontrano nello svolgimento dei grandi eventi a cui farò riferimento (traffico caotico per qualche giorno, rumore, rifiuti abbandonati e raccolti solo dopo qualche ora). Solo in questi ultimi anni, i residenti, gli operatori nel settore della ristorazione, i commercianti e gli albergatori, hanno capito quali opportunità possano offrire manifestazioni così importanti e hanno cambiato atteggiamento.

C'è ancora molto da fare; basta pensare al turismo congressuale che ancora sta muovendo i primi passi e che potrebbe essere sviluppato pienamente in strutture di notevole pregio storico e architettonico.

Un altro problema è rappresentato dal turismo "mordi e fuggi". È necessario, quindi, incrementare la conoscenza del territorio e di tutte le iniziative ad esso legate, in modo da coinvolgere i visitatori in proposte che possano aumentare la permanenza: spesso, infatti, manca una promozione, a livello almeno nazionale, di tutte le opportunità culturali, artistiche, naturalistiche ed enogastronomiche, che la città e tutta l'area provinciale offrono.

Per raggiungere l'obiettivo, ho analizzato la Provincia di Lucca, effettuando una descrizione delle varie aree e dei comuni principali che la compongono.

Per ogni zona ho esaminato i punti di forza e di debolezza ed ho riportato i dati relativi agli arrivi e alle presenze turistiche all'interno di ciascun comune. Dopodiché l'analisi si è concentrata sulla Piana di Lucca, comprendente anche i territori comunali di Capannori e Montecarlo e, nei capitoli successivi, mi sono soffermata sugli eventi di maggiore importanza che si svolgono nella città: il "Lucca Comics and Games" (durante il quale, dal 2015, sono stati esposti alcuni stand anche fuori dal centro cittadino), che ha luogo tra la fine di ottobre e l'inizio di novembre, e il "Summer Festival", che inizia i primi di luglio e si estende per tutto il mese. Per ciascuna di tali manifestazioni ho effettuato una descrizione particolareggiata ed ho analizzato i principali punti di forza, di debolezza, le opportunità (per i turisti e per gli organizzatori) e le minacce. Ho cercato di comprendere anche quali potessero essere le possibili misure da adottare per poter favorire uno sviluppo sostenibile e, nel caso del "Lucca Comics", ho posto in evidenza le implicazioni sociali della manifestazione.

Le informazioni riguardanti la Provincia di Lucca sono state reperite per la maggior parte in rete, ma ho avuto anche l'occasione di acquisire notizie dal Centro Studi e Ricerche della Fondazione Campus e dall'Ufficio Turismo della Provincia di Lucca, da cui ho ricevuto anche i dati relativi agli arrivi e alle presenze all'interno dei comuni della Garfagnana.

Per effettuare una descrizione approfondita dei casi di studio, riguardanti i maggiori eventi che si svolgono all'interno della città, mi sono basata sulle notizie che ho ricercato nei quotidiani, ma per quanto riguarda il "Lucca Comics and Games", alcuni spunti mi sono stati forniti anche dagli organizzatori della manifestazione. Infatti ho potuto consultare il "Bilancio Sociale e di Sostenibilità", da cui ho avuto la possibilità di ricavare dati riguardanti:

- L'evoluzione delle presenze turistiche fino all'anno 2014;
- Il confronto con i principali eventi del settore;
- La provenienza geografica dei visitatori in base alle regioni italiane e alle grandi città.

Nell'ultima parte ho ideato alcune iniziative atte a potenziare la permanenza dei turisti in occasione dei grandi avvenimenti, in modo da aumentare l'apporto economico e di far conoscere più a fondo anche i dintorni della città. Con questo sistema può essere diffusa maggiormente anche una conoscenza dei comuni limitrofi:

- Mostra-mercato attinente a una manifestazione;
- Pacchetti turistici di vario livello, che ho denominato "Lucca one more day".

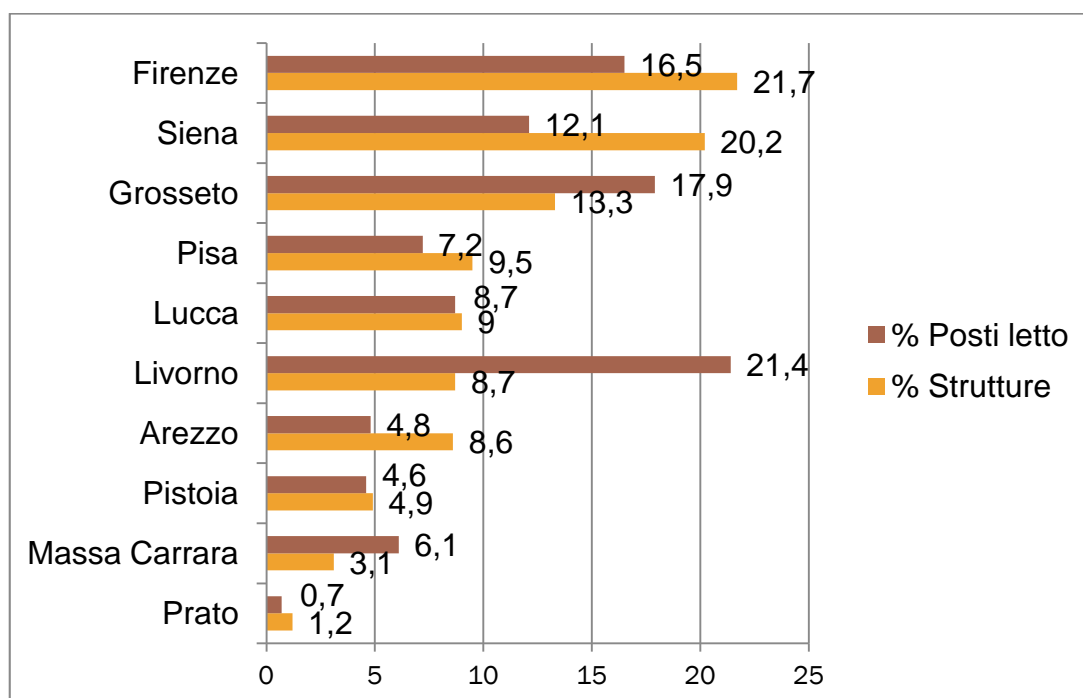
2. INTRODUZIONE

La città di Lucca, in cui nacque il famoso compositore Giacomo Puccini, è una delle città d'arte maggiormente conosciute in tutto il territorio nazionale. Una delle risorse economiche più importanti è il turismo e, tra i punti di forza più rilevanti, presenta una forte identità come meta legata alla qualità ambientale e storico-architettonica. È infatti molto ricca di testimonianze del passato e il territorio si articola in una notevole varietà e bellezza anche dal punto di vista paesaggistico. Queste caratteristiche, se integrate con l'enogastronomia e con la musica o altri eventi di particolare rilevanza, consentono ai turisti di ogni Paese del Mondo di godere la città e il suo patrimonio storico in modo alternativo. Volendo mettere in evidenza i punti di debolezza si può notare una scarsa propensione della città al turismo, a causa di una serie di mancanze legate all'accoglienza e anche all'informazione turistica. Ad esempio mancano: offerta turistica, tour operators, agenzie incoming e governance nel sistema turistico. Sono assenti, inoltre, accorgimenti apprezzati da un ampio target di turisti, come l'accessibilità da parte dei diversamente abili e un calendario di eventi unico per la Versilia e la provincia.

Poiché i visitatori apportano ricchezza all'interno del paese di destinazione, l'aspetto su cui ci preme concentrare la nostra attenzione è l'analisi dell'offerta della città e della sua provincia in questo settore, per proporre un turismo di migliore qualità in termini di sostenibilità e arricchimento culturale soprattutto nei periodi di svolgimento di grandi eventi.

Per capire meglio le caratteristiche e l'evoluzione del turismo lucchese ci preme, ora, procedere ad una analisi dei dati riguardanti l'offerta ricettiva della provincia medesima messa a confronto con quella delle altre città capoluogo della Toscana.

Grafico 1: Strutture ricettive e posti letto per provincia: Toscana 2014¹



Come si può osservare nel Grafico 1, la provincia di Lucca è collocata al quinto posto, con un 9% di strutture ricettive, dopo Firenze (21,7%), Siena (20,2%), Grosseto (13,3%) e Pisa (9,5%). Le province che presentano un maggior numero di posti letto, sono quelle balneari in cui si concentrano i campeggi; la provincia di Lucca è situata al quinto posto dopo Livorno (21,4%), Grosseto (17,9%), Firenze (16,5%) e Siena (12,1%).

Per quanto riguarda la dimensione media degli esercizi si ha una certa eterogeneità territoriale, determinata in parte dalla tipologia di struttura ricettiva più frequente. In ambito alberghiero Lucca si può considerare una delle città che presentano alberghi di dimensioni medie minori mentre, in ambito extra-alberghiero, le dimensioni medie maggiori si concentrano nelle province di Livorno, Massa Carrara e Grosseto, le quali sono caratterizzate dal gran numero di campeggi e villaggi turistici che presentano circa 750 posti letto per struttura.

Ci preme, inoltre, effettuare un ulteriore confronto tra la provincia di Lucca e le altre città della Toscana in termini di posti letto per provincia (variazioni

¹ Fonte: Regione Toscana: Elaborazioni Ufficio Regionale di Statistica su dati provvisori ISTAT.

che sono state riscontrate dal 2013 al 2014 e dal 2007 al 2014), ma anche in termini di posti letto in base alle tipologie di strutture ricettive.

Grafico 2: Posti letto per provincia. Toscana²

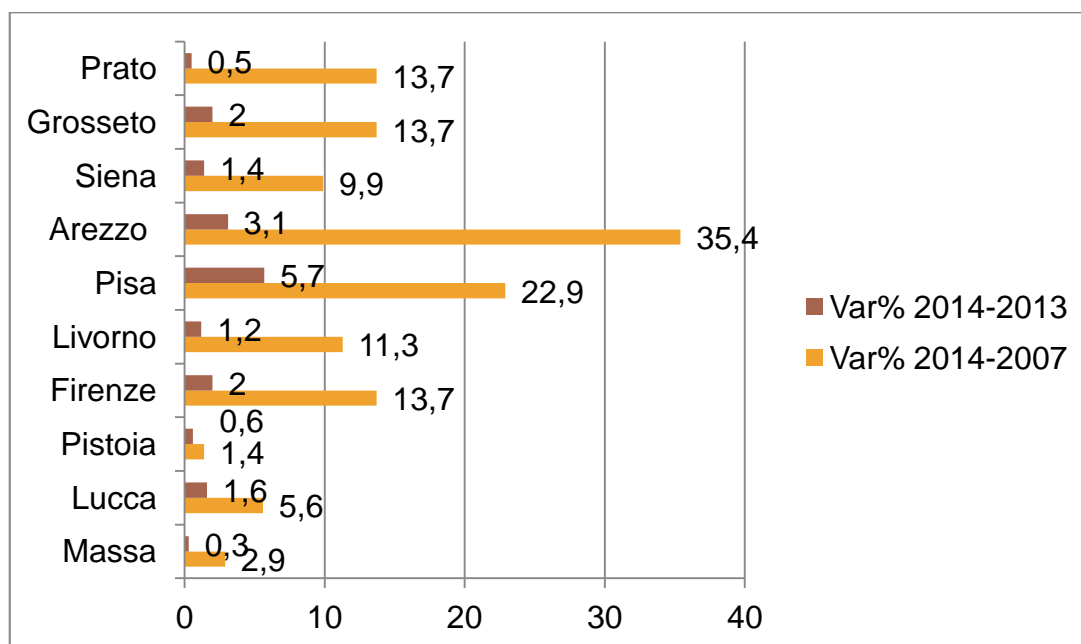
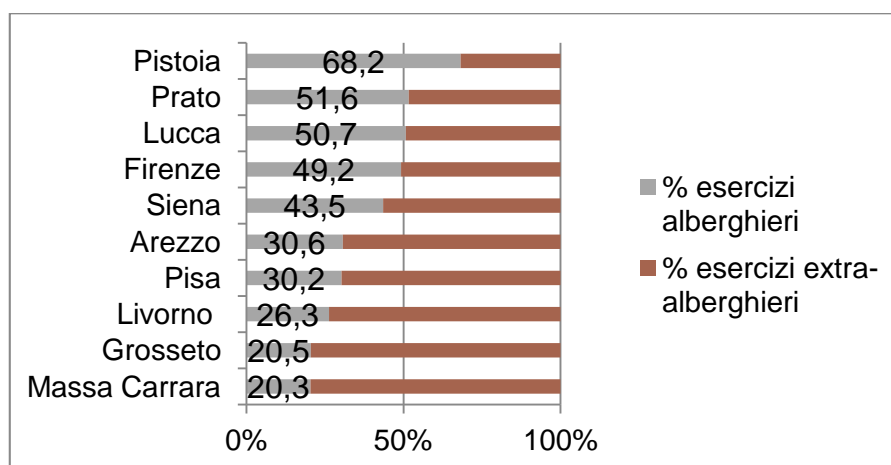


Grafico 3: Posti letto per tipologia e provincia. Toscana 2014³



Come si può notare dal Grafico 2, le province di Arezzo e di Pisa sono quelle che presentano una maggiore variazione del numero di posti letto, sia nel periodo 2007-2014 che dal 2013 al 2014. Invece, Massa, Pistoia e Lucca, risultano territori turisticamente più vulnerabili, caratterizzati da destinazioni mature e in declino legate ai turismi montano e balneare tradizionale e

² *ibidem.*

³ *ibidem.*

registrano la crescita più contenuta sia nel medio periodo (rispettivamente 2,9%, 1,4% e 5,6%) sia dal 2013 al 2014 (rispettivamente 0,3%, 0,6% e 1,6%).

In termini di capacità ricettiva potenziale, come si osserva nel Grafico 3, il comparto extra-alberghiero prevale su quello alberghiero nelle province costiere, caratterizzate dalla presenza di un gran numero di campeggi, ma anche in provincia di Siena, in cui le strutture agrituristiche rappresentano circa un quarto del totale della ricettività senese e della ricettività agrituristica toscana. A Firenze, invece, è presente un'equa distribuzione tra strutture extra-alberghiere ed alberghiere mentre, a Lucca, si può notare una leggera prevalenza di esercizi alberghieri, una minoranza di bed and breakfast e un numero elevato di agriturismi nelle zone collinari.

Per un'analisi che evidenzii i problemi e le opportunità nell'ambito del turismo provinciale è opportuno esaminare alcuni dati statistici, relativi alla consistenza e tipologia degli alloggi scelti per il soggiorno nel corso del decennio 2003-2013, nell'ambito della provincia di Lucca.

Tabella 1: Consistenza delle unità locali ricettive per tipologia in Provincia di Lucca⁴

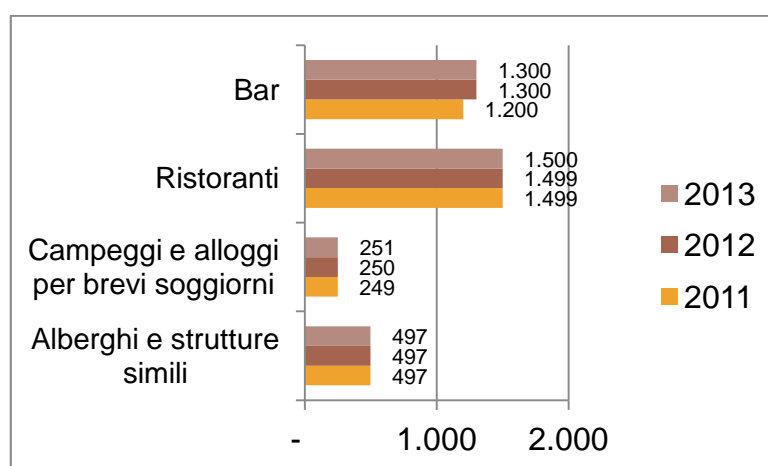
	Alberghi		Strutture extra-alberghiere		Totali	
	Numero	Letti	Numero	Letti	Numero	Letti
2003	510	23.560	288	19.433	798	42.993
2004	491	23.495	312	18.347	803	41.842
2005	483	23.339	403	20.065	886	43.404
2006	472	22.892	491	20.754	963	43.646
2007	470	23.592	545	21.329	1.015	44.921
2008	444	23.934	624	22.097	1.068	46.031
2009	442	23.882	671	22.956	1.113	46.838
2010	445	24.164	722	23.206	1.167	47.370
2011	439	23.768	772	22.475	1.211	46.243
2012	438	23.743	792	22.565	1.230	46.308
2013	433	23.491	833	22.892	1.266	46.383

Osservando la Tabella 1 si nota che, dal 2003 al 2013, le strutture alberghiere sono rimaste più o meno stazionarie o leggermente diminuite mentre, quelle extra-alberghiere, hanno subito un grosso aumento, così come i posti letto. Lo sviluppo delle varie tipologie di strutture extra-

⁴ Fonte: Osservatorio Turistico Provinciale.

alberghiere (tra cui non è da trascurare la diffusione dell'agriturismo), a partire dalla metà degli anni '90, è stato di grande importanza allo scopo di soddisfare opportunamente il cambiamento delle preferenze dei consumatori. Inoltre, durante la crisi, ha consentito al sistema turistico di rispondere con minor sofferenza ai bisogni di contenimento della spesa dei visitatori, limitando l'impatto negativo della recessione almeno in termini di presenze. In questo modo, la struttura ricettiva della provincia di Lucca, nel seguire l'incremento della domanda proveniente dal mercato, ha ricevuto una "ricomposizione" verso nuove forme che, in parte, hanno sostituito quelle che già esistevano in precedenza. Per poter fornire una spiegazione si può affermare che il numero degli alberghi è diminuito e al loro posto sono state realizzate strutture più piccole, come agriturismi e alloggi in affitto, che hanno portato, come conseguenza, una diffusione dell'offerta ricettiva sul territorio in grado di ampliarla anche in località dove i flussi turistici si verificano in misura minore. Nel decennio che decorre dal 2003 al 2013, l'aumento di posti letto si è verificato in modo particolare: negli alloggi in affitto gestiti in forma imprenditoriale, negli agriturismi, negli alloggi privati e in altri esercizi ricettivi.

Grafico 4: Variazione numero di strutture ricettive tra 2011 e 2013 in provincia di Lucca⁵



Dal Grafico 4, si può notare, dal 2011 al 2013, un aumento delle strutture ricettive, in modo particolare dei ristoranti e dei bar, che sono i luoghi maggiormente frequentati, soprattutto da coloro che assistono ad eventi e

⁵ *ibidem*.

manifestazioni, i cosiddetti turisti "mordi e fuggi", che si recano nella provincia per partecipare a tali avvenimenti e poi rientrano nel loro paese d'origine.

Lo sviluppo della provincia di Lucca su un territorio molto variegato consente un'offerta turistica molto ampia, ma ciò che rende una vacanza maggiormente fruibile, sono soprattutto i servizi complementari, in aggiunta alle bellezze paesaggistiche e architettoniche. Le tre aree in cui si sviluppa il territorio (Figura 1) si possono caratterizzare in:

- PIANA, dove si concentrano le maggiori attrattive di ordine storico-architettonico;
- AREA VERSILIA, legata in modo particolare al turismo balneare;
- GARFAGNANA E MEDIA VALLE DEL SERCHIO, caratterizzate da località collinari e montane, zone molto apprezzate dai turisti stranieri.

Vengo adesso ad analizzare in dettaglio l'offerta turistica delle varie aree dal punto di vista paesaggistico, culturale e artistico, lasciando per ultimi i dati relativi alla piana e, in particolare al comune capoluogo, di cui mi occupo più dettagliatamente in fondo per collegarli con gli eventi di arricchimento culturale più significativi che si svolgono all'interno di esso.

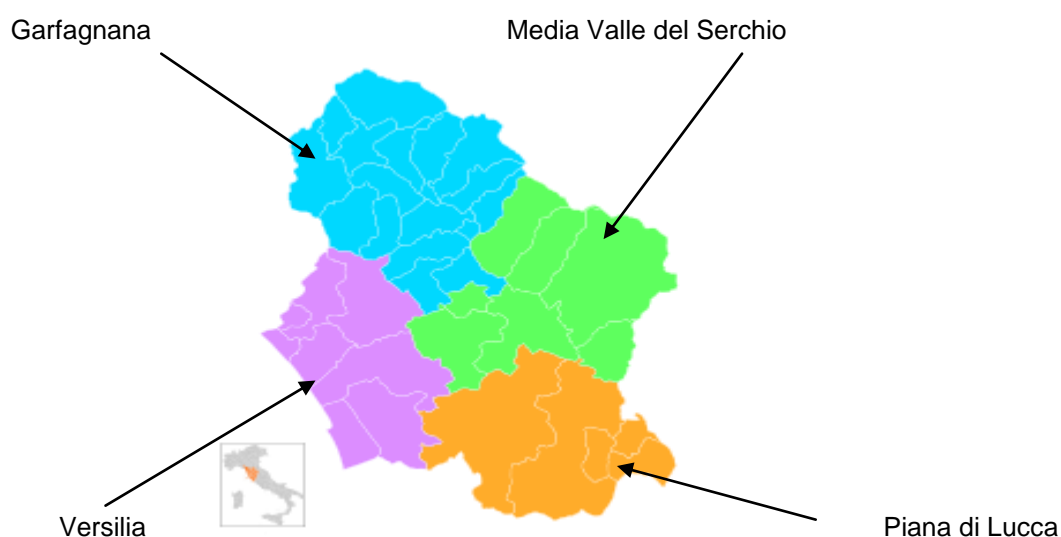


Figura 1: Provincia di Lucca suddivisa tra le varie aree

2.1. VERSILIA

Il tratto si estende da Viareggio al Golfo dei Poeti e, in tutta la costa settentrionale della Toscana presenta una ricchezza di spiagge sabbiose.

È bagnata dal Mar Mediterraneo, che è ideale per svolgere attività come windsurf, sci d'acqua e altri sport acquatici.

Le ampie spiagge della Versilia sono attrezzate per accogliere i visitatori che amano trascorrere le loro giornate al mare, anche fino a notte inoltrata. Infatti, molti stabilimenti balneari, oltre alla possibilità di praticare sport e/o altre attività, per coloro che intendono degustare una cena di pesce, effettuano aperture a cena e organizzazione di feste notturne con tanto di drink e musica, aperte anche agli ospiti esterni che non fanno parte dello stabilimento.

Ogni giorno, i ristoranti sulla spiaggia propongono menù di pesce fresco, tipici della tradizione culinaria mediterranea, serviti in un'atmosfera rilassante e informale.

Per gli amanti della natura incontaminata sarebbe auspicabile visitare la famosa "Spiaggia di Levante": si tratta di una zona facile da raggiungere, che si estende dalla Darsena di Viareggio a Torre del Lago e da lì fino a Marina di Pisa. La Darsena, con i suoi numerosi stabilimenti balneari, si trova al confine con un parco naturale, dal quale è possibile raggiungere il mare attraverso il famoso Viale dei Tigli. Le spiagge consentono ai turisti di comprendere che il parco è un tesoro naturale di grande valore, anche per la presenza di dune costiere coperte di vegetazione spontanea, di piante e uccelli migratori che vi prendono dimora.

Analizziamo ora i principali comuni dell'area Versilia.

A **Forte dei Marmi**, il turismo è attualmente influenzato da una domanda importante in corrispondenza del periodo estivo. Questo aspetto non sempre porta conseguenze positive al territorio. Infatti, a causa della concentrazione turistica in un solo periodo dell'anno, si ha una congestione e un deterioramento delle risorse naturali e una scarsa attenzione nei confronti di aspetti legati al territorio. Se i punti di debolezza e le minacce non sono considerati e ripristinati, nel lungo periodo possono incidere in maniera

irreversibile sulla vita dei residenti. Questi ultimi, da un lato soffrono la presenza dei turisti per l'elevato aumento dei prezzi; dall'altro risentono della mancanza di tale presenza nei periodi di bassa stagione. Questo si può considerare il periodo migliore per apprezzare le bellezze offerte dalla città. Nell'analisi SWOT, che sarà presentata successivamente, sono messe in evidenza: la carenza di iniziative in bassa stagione, la mancanza di una buona promozione turistica strutturata nel tempo e di un teatro per accogliere spettacoli anche durante il periodo invernale, ma anche la pubblicizzazione non adeguata delle manifestazioni. Quindi, nel paese, durante il periodo invernale sono effettuate visite soprattutto nei weekend.

Anche le strutture ricettive seguono un'apertura stagionale e quindi anche il lavoro. Sebbene Forte dei Marmi presenti varie attrattività da un punto di vista storico-culturale (es: Museo Guidi e Villa Bertelli) e ricreativo (con l'organizzazione di concerti in spiaggia o la mostra del Fanciullino), queste possono trovare spazio e valorizzazione solo durante il periodo estivo, in cui tutte le associazioni cercano di far vivere al turista una vacanza completa. Nel comune manca, inoltre, un efficace servizio di collegamento con le località limitrofe e con le frazioni della cittadina. In modo particolare si ha una carenza di collegamenti con le stazioni ferroviarie e con il resto della Toscana. Nonostante la zona preveda la presenza di aree importanti da poter raggiungere a piedi, è ancora presente il problema legato al traffico e alla mancanza di parcheggi. Il rischio a cui la città è sottoposta è che essa viene sempre più associata al mare e allo shopping nonostante sia ricca di un patrimonio ambientale in grado di diversificare la domanda turistica senza effettuare investimenti troppo elevati: tale patrimonio è rappresentato dal Parco delle Alpi Apuane e dall'oasi WWF con il centro recupero delle tartarughe marine.

Per quanto riguarda la diminuzione e ottimizzazione dell'utilizzo delle risorse naturali (in particolare l'acqua), la diminuzione e ottimizzazione dell'energia e la gestione dei rifiuti, nel periodo estivo non è garantita ai cittadini una fornitura di acqua costante e di buona qualità. È in fase di sviluppo un progetto riguardo alla possibilità di creare laghetti di raccoglimento di acqua

al di fuori del comune allo scopo di un suo riutilizzo nei periodi in cui la falda si abbassa per l'eccessivo consumo.

Di seguito sono riportati i flussi turistici in termini di arrivi e presenze per una analisi della forte stagionalità del territorio:

Tabella 2: Movimento turistico di Forte dei Marmi in termini di arrivi⁶

	ARRIVI														
	2010			2011			2012			2013			2014		
	Stranieri	Italiani	Totale	Stranieri	Italiani	Totale	Stranieri	Italiani	Totale	Stranieri	Italiani	Totale	Stranieri	Italiani	Totale
Gennaio	258	1.115	1.373	299	1.359	1.658	415	1.321	1.736	434	1.265	1.699	324	661	985
Febbraio	694	2.078	2.772	601	1.991	2.592	513	1.534	2.047	466	1.414	1.880	544	1.068	1.612
Marzo	1.164	2.635	3.799	1.047	3.458	4.505	1.411	3.458	4.869	1.878	3.156	5.034	972	2.622	3.594
Aprile	3.853	6.643	10.496	4.614	7.086	11.700	4.171	6.957	11.128	3.782	4.556	8.338	3.758	5.259	9.017
Maggio	8.279	7.319	15.598	7.787	6.689	14.476	7.830	5.007	12.837	8.013	4.525	12.538	7.173	7.198	14.371
Giugno	5.783	10.494	16.277	6.536	10.449	16.985	6.425	12.318	18.743	6.455	9.328	15.783	7.478	9.560	17.038
Luglio	6.773	11.170	17.943	7.284	10.150	17.434	7.356	9.190	16.546	6.984	8.451	15.435	7.560	8.946	16.506
Agosto	5.266	10.818	16.084	5.747	10.782	16.529	6.509	10.265	16.774	6.649	9.476	16.125	7.219	10.225	17.444
Settembre	8.805	6.161	14.966	9.818	7.195	17.013	10.190	6.497	16.687	9.273	5.921	15.194	8.961	7.162	16.123
Ottobre	4.197	2.808	7.005	3.501	3.046	6.547	3.507	2.137	5.644	4.227	2.407	6.634	3.351	2.657	6.008
Novembre	530	922	1.452	472	1.061	1.533	814	1.535	2.349	579	1.327	1.906	590	1.114	1.704
Dicembre	297	1.317	1.614	441	1.450	1.891	408	1.668	2.076	285	912	1.197	422	1.136	1.558
Totale complessivo	45.899	63.480	109.379	48.147	64.716	112.863	49.549	61.887	111.436	49.025	52.738	101.763	48.352	57.608	105.960

⁶ Fonte: provincia di Lucca-Servizio Turismo

Tabella 3: Movimento turistico a Forte dei Marmi in termini di presenze⁷

	PRESENZE														
	2010			2011			2012			2013			2014		
	Stranieri	Italiani	Totale	Stranieri	Italiani	Totale	Stranieri	Italiani	Totale	Stranieri	Italiani	Totale	Stranieri	Italiani	Totale
Gennaio	619	2.158	2.777	765	3.127	3.892	1.154	3.143	4.297	1.098	2.607	3.705	618	1.120	1.738
Febbraio	1.308	3.314	4.622	1.473	4.086	5.559	1.270	3.082	4.352	1.129	2.429	3.558	1.126	1.682	2.808
Marzo	3.413	4.441	7.854	3.063	7.821	10.884	4.425	6.159	10.584	7.162	6.279	13.441	2.683	4.124	6.807
Aprile	12.130	12.504	24.634	13.896	14.919	28.815	14.208	15.881	30.089	13.080	9.987	23.067	12.827	11.085	23.912
Maggio	27.581	14.975	42.556	26.486	13.525	40.011	28.231	9.955	38.186	30.009	10.001	40.010	26.589	12.643	39.232
Giugno	29.258	34.636	63.894	33.092	32.987	66.079	30.307	34.067	64.374	31.306	26.686	57.992	33.470	28.166	61.636
Luglio	42.984	52.119	95.103	46.653	46.712	93.365	46.970	43.926	90.896	43.058	37.044	80.102	43.983	37.218	81.201
Agosto	36.936	63.217	100.153	40.198	61.609	101.807	48.817	56.192	105.009	43.420	50.915	94.335	45.397	50.384	95.781
Settembre	39.929	19.169	59.098	42.355	21.650	64.005	46.376	17.511	63.887	42.341	16.002	58.343	42.215	18.451	60.666
Ottobre	14.275	5.892	20.167	13.705	6.509	20.214	13.576	3.539	17.115	16.051	4.291	20.342	13.397	5.109	18.506
Novembre	1.595	1.932	3.527	1.514	1.961	3.475	1.957	2.884	4.841	1.453	2.331	3.784	1.482	2.413	3.895
Dicembre	1.424	2.543	3.967	1.043	2.903	3.946	934	2.914	3.848	568	1.607	2.175	831	1.864	2.695
Totale complessivo	211.452	216.900	428.352	224.243	217.809	442.052	238.225	199.253	437.478	230.675	170.179	400.854	224.618	174.259	398.877

⁷ *ibidem.*

Come si può notare dalla Tabella 2 e dalla Tabella 3, per quanto riguarda gli arrivi, nel 2010 si è avuta una maggiore concentrazione nei mesi da maggio ad agosto con anche un elevato numero di turisti stranieri nel periodo di settembre. Invece, negli altri anni, gli arrivi maggiori si sono registrati da giugno a settembre, come si può dedurre dai dati relativi ai turisti italiani, soprattutto nel 2011 e nel 2012. Analizzando le presenze si osserva che la scelta è stata pressoché costante tutti e cinque gli anni per quanto riguarda il periodo estivo, con un particolare picco nel mese di agosto. Nel 2012 e nel 2013, tuttavia, si può riscontrare una lieve diminuzione delle presenze, durante i mesi di giugno, luglio e settembre, rispetto al 2011, dovuto ad un calo di quelle degli italiani nei mesi di luglio e settembre e degli stranieri nel mese di giugno (anche se con una ripresa nel 2013).

Volendo mettere in evidenza le caratteristiche fondamentali di **Viareggio**, altra cittadina della Versilia frequentata soprattutto nel periodo estivo, possiamo affermare che è conosciuta principalmente per il carnevale simbolo della città e per l'offerta mare. Appartiene al Comune di Viareggio anche la frazione di Torre del Lago Puccini, il cui nome ha origine dalla presenza di una torre che, dal XV al XVI secolo, sorgeva sul vicino Lago di Massaciuccoli.

Nella zona c'è contrapposizione tra un'ampia offerta ricettiva e una inadeguatezza delle strutture ad essere in linea con la domanda turistica ed una elevata concorrenza a livello nazionale ed internazionale. Per quanto riguarda i collegamenti, quelli locali sono sorpassati da quelli ferroviari insufficienti. La città è vicina all'aeroporto, ma si hanno scarse connessioni con quest'ultimo e le zone limitrofe perché i servizi non sono adeguati. Le motivazioni sono da ricercarsi nella mentalità dei viareggini legati alla voglia di spostarsi con il proprio mezzo anche all'interno del comune stesso. Un lato positivo è da riscontrarsi nella configurazione della cittadina che permette con facilità di spostarsi a piedi e in bicicletta, grazie alla costruzione di una pista ciclabile che si snoda su un tracciato di 19,4 km.

Anche questa città è caratterizzata da un turismo concentrato per la maggior parte nei mesi estivi e, le opportunità dettate, fanno tutte riferimento ad un

migliore sviluppo turistico: crescita negli eventi, ridefinizione della vocazione territoriale (da città balneare a porta costiera di un territorio sostenibile con offerta differenziata) e rivalorizzazione e creazione del sistema parco.

La città di Viareggio, rispetto alle altre analizzate in precedenza, è meno soggetta a stagionalità. La domanda turistica è distribuita su tutto l'arco dell'anno, con valori più alti soprattutto nei mesi estivi. Inoltre, dagli incontri effettuati con gli stakeholders, emerge che la troppa burocrazia scoraggia iniziative importanti: nonostante la presenza del Parco San Rossore e Massaciuccoli, con il sistema delle pinete del lago e delle spiagge, è la burocrazia a limitarne lo sviluppo.

Oltre che per il carnevale e per l'offerta mare, Viareggio è importante anche per una serie di aspetti che meritano di essere presi in considerazione perché possono contribuire a realizzare un'offerta turistica differenziata: natura, cinema, musica, arte, ville storiche, strutture congressuali, enogastronomia.

Per quanto riguarda i musei, i teatri e le ville storiche, tra quelli maggiormente visitabili possiamo menzionare:

- Villa Puccini, residenza del celebre compositore: è collocata sul belvedere del Lago di Massaciuccoli ed ospita la tomba del musicista. È visitabile ed è meta di turisti appassionati di lirica provenienti da tutto il mondo.
- Villa Borbone: è situata sul Viale dei Tigli, tra Viareggio e Torre del Lago. È stata la residenza di Maria Luisa di Borbone-Spagna, duchessa di Lucca dal 1817 al 1824. Dalla villa si accede ad una fitta selva, da cui partono percorsi naturalistici per visitare i relitti dell'antica fauna del territorio, prima della costruzione delle pinete. Il complesso della casa e della cappella con il grande giardino ospita eventi e spettacoli, ma vi sono allestite anche mostre come quella su Puccini e Galileo Chini.
- Gran teatro all'aperto: si affaccia sul Lago di Massaciuccoli e, in esso, si tiene ogni anno il Festival Puccini, un festival lirico nel quale

vengono rappresentate alcune opere del compositore da tempo presenti stabilmente nel repertorio.

- Villa Paolina (residenza estiva di Paolina Borghese): attualmente ospita i "Civici Musei di Villa Paolina" e l'Atelier Archivio del pittore Alfredo Catarsini. Sono visitabili gli appartamenti monumentali di Paolina Bonaparte, restaurati per alcuni anni e utilizzati per esposizioni.
- Villa Argentina: splendido edificio in stile liberty, attualmente di proprietà della Provincia di Lucca.
- Museo della Marineria: è stato aperto, nel 2006, nella restaurata sala del Vecchio Mercato Ittico. È diviso in diverse sezioni: attrezzature di bordo, cantieri navali, gente di mare, marina italiana, la marineria e l'arte, modellismo, palombaristica e lavori subacquei, pesca, strumenti nautici, vela.
- Museo della Cittadella del Carnevale: in parte interattivo, illustra la storia del Carnevale di Viareggio.
- GAMC (Galleria d'Arte Moderna e Contemporanea): si trova nel Palazzo delle Muse e contiene oltre 3000 opere di circa 750 artisti del XX Secolo, per la maggior parte provenienti da donazioni.

Risultano di grande rilevanza anche la marina di Torre del Lago (molto frequentata specialmente nel periodo estivo), i ristoranti, le discoteche e la Spiaggia della Lecciona.

Di tutte le risorse e gli attrattori turistici risultano più deboli il sistema congressuale e lo sviluppo di un turismo sportivo più forte e presente.

Nonostante la presenza di un forte potenziale artistico, musicale e culturale, quello culturale è caratterizzato da una mancanza di innovazione e di una segnaletica adeguata e dalla scarsa presenza di luoghi coperti per ospitare concerti e rappresentazioni teatrali. L'unico teatro presente nel territorio viareggino è il Teatro Politeama, che si affaccia sul lungo molo.

Per quanto riguarda l'ambiente, Viareggio presenta una estensione di verde pubblico grazie alle sue "Pinete":

- Pineta di Ponente: si estende per gran parte della lunghezza del lato nord della città. Venne piantata nel 1747 per difendere la zona dai venti che dal mare flagellavano la costa. All'interno del parco sono presenti attività commerciali e ricreative, piste ciclabili, viali e sentieri pedonali, attrezzature sportive, servizi igienici e tavolinetti per pic-nic. Il Laghetto dei Cigni merita di essere visitato. Nei periodi primaverile ed estivo, lungo il viale pedonale che attraversa la parte centrale della Pineta, sono organizzati mercatini.
- Pineta di Levante: si tratta di una vasta area verde, che si estende dal Quartiere Darsena fino a Torre del Lago Puccini. Fa parte del Parco naturale di Migliarino, San Rossore e Massaciuccoli. In questa pineta si ha minore antropizzazione a causa dei vincoli naturalistici ed è presente la Villa Borbone.

Le risorse idriche ed energetiche, però, sono prive di rilevazioni numeriche mentre, i dati sulla gestione dei rifiuti, mostrano una scarsa propensione alla raccolta differenziata, nonostante sia attivo un sistema di raccolta porta a porta.

Nelle tabelle seguenti sono riportati i flussi turistici, nella cittadina, in termini di arrivi e presenze.

Tabella 4: Movimento turistico a Viareggio in termini di arrivi⁸

	ARRIVI														
	2010			2011			2012			2013			2014		
	Stranieri	Italiani	Totale	Stranieri	Italiani	Totale	Stranieri	Italiani	Totale	Stranieri	Italiani	Totale	Stranieri	Italiani	Totale
Gennaio	838	4.858	5.696	638	3.622	4.260	718	3.581	4.299	771	3.611	4.382	736	2.969	3.705
Febbraio	1.229	10.197	11.426	1.295	7.832	9.127	1.533	9.477	11.010	1.545	7.543	9.088	1.458	6.973	8.431
Marzo	1.703	5.628	7.331	1.819	10.673	12.492	2.211	8.730	10.941	2.079	8.539	10.618	2.260	11.174	13.434
Aprile	4.141	12.053	16.194	5.472	12.527	17.999	5.374	11.722	17.096	4.609	9.655	14.264	5.473	10.889	16.362
Maggio	8.538	11.950	20.488	8.686	12.080	20.766	9.802	8.638	18.440	10.890	8.148	19.038	9.129	10.982	20.111
Giugno	9.128	15.808	24.936	10.768	17.942	28.710	11.080	18.587	29.667	13.367	15.295	28.662	13.128	15.559	28.687
Luglio	14.394	20.062	34.456	16.034	20.664	36.698	17.877	19.309	37.186	18.185	17.381	35.566	16.974	17.995	34.969
Agosto	11.036	21.051	32.087	12.097	22.503	34.600	13.750	21.550	35.300	14.527	20.815	35.342	15.917	23.187	39.104
Settembre	10.972	8.326	19.298	12.119	9.280	21.399	14.372	9.269	23.641	14.081	7.694	21.775	14.219	8.825	23.044
Ottobre	5.427	7.269	12.696	5.695	7.984	13.679	4.947	4.949	9.896	5.945	4.664	10.609	6.141	6.996	13.137
Novembre	1.009	3.777	4.786	1.033	3.606	4.639	1.228	5.941	7.169	1.163	4.438	5.601	1.011	4.222	5.233
Dicembre	681	4.016	4.697	685	4.443	5.128	780	4.406	5.186	795	3.655	4.450	839	4.463	5.302
Tot. Complessivo	69.096	124.995	194.091	76.341	133.156	209.497	83.672	126.159	209.831	87.957	111.438	199.395	87.285	124.234	211.519

⁸ *ibidem.*

Tabella 5: Movimento turistico a Viareggio in termini di presenze⁹

	PRESENZE														
	2010			2011			2012			2013			2014		
	Stranieri	Italiani	Totale	Stranieri	Italiani	Totale	Stranieri	Italiani	Totale	Stranieri	Italiani	Totale	Stranieri	Italiani	Totale
Gennaio	2.457	11.677	14.134	2.129	10.176	12.305	2.888	12.304	15.192	2.456	8.750	11.206	3.542	6.730	10.272
Febbraio	4.820	25.503	30.323	4.739	17.177	21.916	6.080	22.525	28.605	5.623	16.107	21.730	5.947	13.152	19.099
Marzo	5.612	13.216	18.828	5.573	23.241	28.814	6.160	16.532	22.692	6.573	17.039	23.612	5.834	20.019	25.853
Aprile	12.873	34.369	47.242	18.469	32.968	51.437	17.554	35.003	52.557	13.694	21.567	35.261	17.569	25.252	42.821
Maggio	30.654	48.911	79.565	29.865	47.474	77.339	36.025	41.229	77.254	37.731	27.382	65.113	33.371	36.382	69.753
Giugno	43.424	90.550	133.974	46.361	88.832	135.193	46.748	84.722	131.470	53.908	65.827	119.735	54.245	70.623	124.868
Luglio	75.337	155.676	231.013	78.569	144.743	223.312	86.052	142.433	228.485	92.226	113.580	205.806	82.699	121.871	204.570
Agosto	63.422	228.791	292.213	67.228	213.026	280.254	71.762	203.124	274.886	76.373	162.102	238.475	79.901	176.631	256.532
Settembre	50.436	93.215	143.651	55.954	78.533	134.487	62.951	74.447	137.398	63.670	55.485	119.155	64.658	65.233	129.891
Ottobre	18.405	18.476	36.881	20.415	19.294	39.709	18.929	10.178	29.107	22.375	14.017	36.392	19.849	16.087	35.936
Novembre	3.485	10.538	14.023	3.193	8.157	11.350	3.427	11.358	14.785	3.300	9.999	13.299	3.518	10.277	13.795
Dicembre	2.679	9.636	12.315	1.668	9.932	11.600	2.584	9.187	11.771	1.831	7.361	9.192	1.904	8.511	10.415
Tot. Complessivo	313.604	740.558	1.054.162	334.163	693.553	1.027.716	361.160	663.042	1.024.202	379.760	519.216	898.976	373.037	570.768	943.805

⁹ *ibidem*.

Dalla Tabella 4 e dalla Tabella 5 si rileva l'elevato flusso di presenze turistiche nei mesi più caldi (giugno, luglio, agosto e settembre). Gli arrivi, invece, risultano più uniformemente distribuiti nell'arco dell'anno, anche se i risultati maggiori si possono riscontrare in concomitanza dei mesi estivi di giugno, luglio e agosto. La motivazione è da ricercare soprattutto nell'offerta degli stabilimenti balneari menzionata in precedenza. Per quanto riguarda il mese di febbraio, gli arrivi si riscontrano in misura maggiore nel 2010 e in misura minore nel 2014. Invece, analizzando le presenze, possiamo notare un totale di 30.323 nel 2010, seguito da 28.605 pernottamenti nel 2012, 21.916 nel 2011, 21.730 nel 2013 e 19.099 nel 2014. È da mettere in evidenza, però, che la terza sfilata dell'edizione 2011 ha battuto ogni record: infatti erano più di 325.000 le persone che applaudivano ai carri di cartapesta che hanno sfilato lungo la passeggiata a mare viareggina.

Le imprese alberghiere, come rilevato dal Comune di Viareggio, sono riuscite a mantenere una redditività sostenibile in conseguenza della loro ristrutturazione interna e grazie a tassi di occupazione assai più elevati. Nel 2011, infatti, il tasso di occupazione è stato del 29,7% nelle strutture alberghiere e dell'11,1% in quelle extra-alberghiere.

Dallo studio delle caratteristiche dei due importanti territori della Versilia è stata elaborata la seguente analisi SWOT.

- **Strenghts:**

- Impatto dei trasporti: Forte dei Marmi vanta la presenza di aree di pregio da poter raggiungere a piedi e in bicicletta.

La configurazione del territorio viareggino facilita spostamenti a piedi e in bicicletta. Grazie alla presenza di una rete ciclabile sarà possibile sviluppare e far partire il progetto "bike sharing". La città gode anche di una posizione ottimale (facilmente raggiungibile tramite la rete stradale e autostradale) e della vicinanza al porto e all'aeroporto.

- Qualità della vita dei residenti: i fortemarmini possono godere, nei periodi di bassa stagione, delle bellezze paesaggistiche,

ambientali e naturali del territorio. Al fine di rendere vivibile la città per i residenti, sono organizzate durante l'anno diverse manifestazioni: Satira Politica, Teatro Fleming, Futuriamo... Non sono da sottovalutare, però, i servizi di primo soccorso e il centro analisi, messi a disposizione dalla Croce Verde.

Anche Viareggio può vantare della pluralità di risorse naturalistiche (parco, pinete, lago). A differenza di Forte dei Marmi non è presente una forte pressione antropica dei flussi turistici ad esclusione dei mesi di luglio e agosto.

- Qualità del lavoro: Il turismo a Forte dei Marmi offre possibilità di lavoro, per quanto in gran parte di tipo stagionale.

A Viareggio molte sono le imprese inserite nel settore turistico.

- Allargamento del rapporto domanda/offerta rispetto all'obiettivo della destagionalizzazione: Il turismo a Forte dei Marmi è altamente stagionale. Nonostante gli elevati numeri nei mesi estivi, i turisti giudicano le strutture ricettive e gli annessi servizi di buona qualità. La clientela è fidelizzata.

A differenza di Forte dei Marmi, i flussi turistici di Viareggio sono maggiormente distribuiti nell'arco dell'anno, grazie alla diversità di risorse e attrattori turistici: strutture congressuali, musei e ville storiche, sistema parco in città, clima favorevole, cinema, enogastronomia, turismo naturalistico, eventi culturali e sportivi.

- Tutela attiva del patrimonio culturale: Soprattutto in estate, a Forte dei Marmi, vengono organizzati concerti in spiaggia. A questi eventi vanno aggiunti la "Satira Politica", la Mostra del Fanciullino e le infrastrutture turistiche come la Casa/Museo Guidi e la Villa Bertelli. Meritano di essere considerate anche le diverse associazioni presenti sul territorio e la diffusione di cultura tra i cittadini (artisti, musicisti, grafico Disney, pittori ecc...).

Viareggio ha un potenziale di eccellenze nel settore artistico

(museo d'arte contemporanea), musicale (pucciniano), spettacolo (Gaber Europa cinema), culturale (carnevale), ecc...

- Tutela attiva del patrimonio ambientale: Oltre al Parco Alpi Apuane, si ricorda che a Forte dei Marmi vi è il centro recupero tartarughe marine, l'oasi WWF/AMPIL. Ultimamente le acque del territorio hanno ottenuto la certificazione "Bandiera blu" (si veda appendice).

Non da meno Viareggio gode della presenza del parco di Migliarino, San Rossore e Massaciuccoli e delle due pinete ed ha ottenuto i riconoscimenti "Bandiera Blu", "Pelagos¹⁰" e "Bandiera Verde¹¹".

- Tutela attiva delle identità delle destinazioni: Il "genius loci" di Forte dei Marmi, cioè l'insieme delle caratteristiche e i valori che fino ad oggi lo hanno identificato come un luogo unico, riguarda lo "stile" tradizionale e il "lusso" di poter disporre di spazio, tranquillità, tempo, cultura e ambiente.

Viareggio conserva ancora molti elementi architettonici (si pensi alle ville liberty come Villa Argentina e ad altre strutture importanti come Villa Paolina, Villa Borbone e Villa Puccini), che ne caratterizzano l'immagine. A questo si aggiunge l'offerta di eventi culturali (carnevale) e di tradizioni legate alla marineria e all'enogastronomia.

- Diminuzione e ottimizzazione utilizzo delle risorse naturali con particolare riferimento all'acqua e all'energia: All'interno del comune di Forte dei Marmi vi è un Energy Manager.

¹⁰ Pelagos Prize è un riconoscimento per chi si è distinto in un mestiere svolto "con l'arte di saper osservare, approfondire, documentare e divulgare, nel segno dell'amore per il mare e per l'ambiente".

¹¹ La Bandiera verde è un riconoscimento dei pediatri italiani, un sondaggio condotto da Italo Farnetani, pediatra e professore di comunicazione scientifica all'Università di Milano Bicocca. Per meritare la segnalazione, le località prescelte dovevano rispettare questi stretti parametri: spiagge di sabbia (non scogli, ciotoli o sassi), ampio arenile e ombrelloni distanziati; mare pulito con acqua bassa vicina alla riva; strutture ricettive non lontane dalle spiagge; pineta o macchia mediterranea nelle vicinanze per trovare rifugio dalla calura estiva.

La volontà del comune nel voler salvaguardare e migliorare l'aspetto legato ai consumi energetici si legge nell'adozione di alcune iniziative di risparmio energetico sulla pubblica illuminazione (semafori a LED, illuminazione a basso consumo e LED).

Il comune di Viareggio è più attento alla disponibilità e qualità delle acque potabili e dell'aria.

- Diminuzione e gestione rifiuti: Forte dei Marmi adotta la strategia RIFIUTI ZERO¹².

Viareggio prevede una raccolta porta a porta su parte del territorio per la gestione dei rifiuti.

- **Weaknesses:**

- Impatto dei trasporti: Forte dei Marmi risente: di un traffico eccessivo, della mancanza di parcheggi, di un buon servizio comunale per la mobilità pubblica (assenza di collegamenti tra le varie zone); le corse d'autobus sono poco frequenti per la comunicazione con le località limitrofe (e vi è anche la mancanza di punti vendita di biglietti di autobus); vi è inoltre carenza di collegamenti con le stazioni ferroviarie e il resto della Toscana, la Via Provinciale e la relativa pista ciclabile poco sicura.

Il servizio dei trasporti è scarso anche a Viareggio: sono inadeguati i servizi con i vettori (aeroporto e altri centri); i collegamenti sono sorpassati e interni al sistema locale e i collegamenti ferroviari sono insufficienti. A questo si aggiunge la mentalità e la cultura degli spostamenti interni effettuati con auto.

¹² Lo Zero rifiuti o Rifiuti Zero (in inglese *Zero Waste*) è una strategia di gestione dei rifiuti che si propone di riprogettare la vita ciclica dei rifiuti considerati non come scarti ma risorse da riutilizzare come materie prime *seconde*, contrapponendosi alle pratiche che prevedono necessariamente processi di incenerimento o discarica, e tendendo ad annullare o diminuire sensibilmente la quantità di rifiuti da smaltire. Il processo si basa sul modello di riutilizzo delle risorse presente in natura.

- Qualità della vita dei residenti: Molti sono i punti di debolezza di Forte dei Marmi: prezzi troppo alti per i residenti (soprattutto per i giovani); paese "completamente morto" nel periodo invernale; mancanza di una biblioteca multifunzionale; mancanza di spazi per i bambini e per i giovani; di luoghi di aggregazione (specialmente nei giorni di pioggia); mancanza di collaborazione tra i portatori di interesse; insostenibilità, in alcuni momenti dell'anno, per un eccessivo congestionamento di presenze dovuto alla promozione di una economia "troppo aperta" che ha, col tempo, dato origine ad un pendolarismo sregolato; eccessivo "peso commerciale", in particolare, nella zona del Centro, sul suolo pubblico, sia per la presenza dei troppi mercati incluso quello domenicale sia per la mancanza di rispetto dei regolamenti sull'uso degli spazi esterni dei ristoranti e bar; mancanza di collegamenti pubblici con l'ospedale Versilia; forte riduzione dei negozi di necessità aperti tutto l'anno.

La qualità della vita dei viareggini è "disturbata" dalla scarsa attenzione per il decoro e l'arredo urbano nonché da una bassa sicurezza di alcune aree strategiche (es: le pinete).

- Qualità del lavoro: La mancata analisi annuale del bisogno/fabbisogno di lavoro nel settore turistico e la mancanza di una formazione specifica nel comune di Forte dei Marmi, hanno portato ad una assenza di professionalità, in particolare del personale degli stabilimenti balneari e degli operatori di Polizia Municipale. A queste si aggiungono la mancanza di enti specifici che regolarizzino il lavoro occasionale e di tutela delle attività commerciali e artigianali. Negli anni molte strutture alberghiere e commerciali hanno chiuso.

Anche se meno stagionale, Viareggio registra stagionalità nel settore lavorativo/occupazionale. Il lavoro è poco qualificato e si

è verificato un ampio numero di cessazioni nell'indotto. Si ha, inoltre, una mancanza di bagnini nelle spiagge libere.

- Allargamento del rapporto domanda/offerta rispetto all'obiettivo della destagionalizzazione: Nel periodo invernale, a Forte dei Marmi non possono essere organizzate manifestazioni, eventi e spettacoli, in quanto non c'è un teatro coperto e nessuna promozione viene effettuata. Chiudono i bagni e gli alberghi; il paese è completamente morto se non nei fine settimana e nei locali notturni, che tuttavia sono rimasti pochissimi.

A Viareggio manca un'offerta di turismo sportivo.

- Tutela attiva del patrimonio culturale: Per quanto riguarda il patrimonio culturale di Forte dei Marmi, si ripete la scarsità di spazi per concerti e rappresentazioni teatrali, la mancanza di una segnaletica adeguata, la mancanza di una biblioteca multifunzionale e la carenza di manifestazioni sportive, teatrali e musicali (sia classica che moderna).

Il patrimonio culturale di Viareggio risulta debole per: assenza di una rete tra eventi; mancanza di innovazione del prodotto sul turismo culturale; carenza di spazi per concerti e rappresentazioni teatrali al chiuso e scarsa segnaletica dei luoghi culturali.

- Tutela attiva del patrimonio ambientale: Da un punto di vista ambientale, Forte dei marmi riscontra i seguenti punti di debolezza: controllo del funzionamento del Depuratore Consortile e degli altri depuratori; eccessivo consumo di suolo dovuto ad un'alta cementificazione, inquinamento acustico, sporco del mare sulla spiaggia; le aiuole e le aree verdi non sono curate in maniera omogenea.

La poca attenzione al patrimonio ambientale di Viareggio è dovuta, oltre al consumo di suolo e alla burocratizzazione del sistema parco (che ne limita lo sviluppo), anche ad una scarsa sinergia tra diversi enti (ente-parco, comune, consorzio di

bonifica) e tra questi e gli operatori turistici. In particolare si può segnalare la situazione di degrado e abbandono delle pinete all'interno delle quali, durante la notte, si concentrano episodi di criminalità e prostituzione.

- Tutela attiva delle identità delle destinazioni: Forte dei Marmi non tutela le attività commerciali ed artigianali locali.

Viareggio sta via via perdendo la sua identità, le sue peculiarità, le attività caratteristiche, le tradizioni popolari. Non è in grado di gestione dei rapporti con i turisti stranieri.

- Diminuzione e ottimizzazione utilizzo delle risorse naturali, con particolare riferimento all'acqua e all'energia: Il problema dell'acqua a Forte dei Marmi è molto sentito. Durante la stagione estiva, infatti, a causa di una eccessiva estrazione di acqua dalle falde sotterranee e di dispersione nella rete idrica, ai cittadini non è garantita acqua costante e di buona qualità. A questi problemi vanno aggiunti una rete fognaria ancora da completare e il riversamento in mare di sostanze nocive da parte dei cantieri durante tutto l'anno.

Per quanto riguarda il problema energetico, vi è la necessità di fare un Piano Energetico Comunale.

Nel periodo estivo, nonostante Viareggio non soffra di stagionalità eccessiva, sono molto elevati i consumi idrici ed energetici. Rimanendo in campo energetico, nel comune vi è poca cultura sulle fonti rinnovabili e il loro utilizzo tanto è che questo risulta essere basso. A Viareggio, inoltre, è carente una rete di smaltimento dell'acqua piovana, per cui la città tende ad allagarsi facilmente nei periodi di maggiore pioggia.

- Diminuzione e gestione rifiuti: La raccolta rifiuti a Forte dei Marmi non è ben gestita: manca adeguata informazione a cittadini e turisti, nonché controlli e regolamenti adeguati e precisi su come fare la raccolta differenziata. L'obiettivo di tale raccolta è sotto i livelli prefissati per inadeguatezza del modello.

- **Opportunities:**

- Impatto dei trasporti: Sensibilità al problema dimostrata dai cittadini e dagli operatori durante gli incontri di Agenda 21 Locale¹³.
- Qualità della vita dei residenti: Sul territorio sono attive molte associazioni; vi è la società della salute. Altra opportunità è la collaborazione dell'Amministrazione con soggetti qualificati.
- Qualità del lavoro: le azioni previste per la promozione della qualità della vita includono anche la qualità del lavoro.
Linee guida per il piano commerciale.
- Allargamento del rapporto domanda/offerta rispetto all'obiettivo della destagionalizzazione: Promozione dell'alto livello di qualità della vita.
Attracco imbarcazioni.
Disponibilità dell'Associazione Bagni aperta a sviluppare le sinergie con gli altri operatori del turismo.
Percorsi a cavallo sulle Alpi Apuane.
Sfruttamento di tipologie di turismo alternative a quello balneare: benessere, congressuale, sportivo, ecc...
Progetto mare/monti: sfruttamento sinergie FdM/Anro del Corchia (12.000 visite l'anno).
Compartecipazione a fiere, stand espositivi.
Progetto ERNEST (Destagionalizzazione del Turismo).
- Tutela attiva del patrimonio culturale: Forte dei Marmi è la cittadina dove si ispirarono i grandi maestri come Soffici¹⁴, Carrà, Puliti¹⁵ e altri.

¹³ È un processo partecipativo e democratico che, nella sua definizione ed attuazione, coinvolge tutti i settori; è altresì un processo di definizione degli obiettivi ambientali e di costruzione delle condizioni per metterli in pratica: consenso, interesse, sinergie, risorse umane e finanziarie.

¹⁴ Ardengo Soffici (Rignano sull'Arno, 7 aprile 1879 – Vittoria Apuana, 19 agosto 1964) è stato uno scrittore, saggista, poeta e pittore italiano.

¹⁵ Ornella Puliti Santoliquido (Firenze, 1906 – Firenze, 1977) è stata una pianista italiana. Dopo gli studi musicali, dal 1927 si dedicò alla carriera concertistica sia come solista che quale componente del Trio Pelliccia-Amfiteatrof-Santoliquido e del Quartetto di Roma

Presenza nel comune di una casa/museo e sua valorizzazione nell'ambito dei percorsi culturali.

Sinergie dei due musei di Forte dei Marmi.

Considerare le "evoluzioni" culturali e di interesse del turista di oggi e di quello del futuro.

Viareggio: restauro di Villa Argentina.

- Tutela attiva del patrimonio ambientale: Antro del Corchia: master su aspetto geologico più risorse naturali (argento vivo e mercurio).

Educazione ambientale nei rifugi del parco delle Alpi Apuane.

Trasformazione della spiaggia in giardino-dunale.

Rendere le foci e il mare della Versilia non inquinate, affinché l'acqua del mare sia effettivamente sicura per la balneabilità e la pesca.

Riqualificazione delle pinete, che potrebbero diventare un luogo dove effettuare escursioni a piedi, in bicicletta, a cavallo e che, con opportuna illuminazione, sarebbero più fruibili anche nelle ore notturne. Se fossero maggiormente frequentate si verificherebbero, in misura minore, episodi di criminalità e prostituzione.

- Tutela attiva delle identità delle destinazioni: Tutelare il sistema idrogeologico e l'integrità delle Alpi Apuane chiudendo progressivamente le cave ed investendo nei prodotti tipici e nel turismo naturalistico.

Coinvolgere categorie produttive, cittadini e scuole nella tutela dell'identità locale.

assieme al violinista Arrigo Pelliccia, al violoncellista Massimo Amfiteatrov e al violista Bruno Giuranna.

Dalla fine degli anni 1930 si dedicò anche all'insegnamento del pianoforte presso il Conservatorio di Santa Cecilia in Roma. Nel 1947 venne accreditata come esecutrice al pianoforte dei brani della "Sonata a Kreutzer" di Ludwig van Beethoven nel film di Gianni Franciolini *Amanti senza amore*. Nel 1948 fece un'apparizione nel film di Mario Costa *Follie per l'opera*.

Era moglie del compositore Francesco Santoliquido.

- Diminuzione e ottimizzazione utilizzo delle risorse naturali con particolare riferimento all'acqua e all'energia: Con il progetto "Laghetti" si intendono realizzare dei "bacini di recupero" dell'acqua, a monte del paese, nelle zone in prossimità dell'autostrada e la re-immissione, dell'acqua stessa, nella falda a mare della "duna centrale" (Via Mazzini-V.le Morin), nei periodi in cui la falda si abbassa per l'eccessivo consumo (cioè nei mesi estivi).

Per quanto concerne l'aspetto energetico, è stato conferito un nuovo incarico per il ruolo di Energy Manager.

I consumi devono essere ottimizzati.

- Diminuzione e gestione rifiuti: Estendere la raccolta porta a porta su tutti i territori comunali: ad oggi, la rimozione dei cassonetti con la diffusione del porta a porta, ha fatto ridurre del 66% le discariche abusive (dato registrato ad agosto 2009).

Attivare politiche per la riduzione dei rifiuti.

Utilizzare l'umido per produrre compost per il giardinaggio.

Spingere la raccolta fino all'obiettivo rifiuti zero.

- **Threats:**

- Impatto dei trasporti: Inquinamento atmosferico.

Inquinamento acustico.

Il traffico penalizza sia i residenti che i turisti (a rischio la fama del soggiorno di qualità e tranquillità)

- Qualità della vita dei residenti: Problemi di sicurezza sia in paese che in spiaggia "fuori stagione" (in particolare a Viareggio nella zona delle pinete).

Mancanza di una politica sull'edilizia per favorire i cittadini.

- Qualità del lavoro: Non sempre i servizi offerti sono all'altezza del prezzo richiesto e questo può disincentivare la clientela.

Mancanza di lavoro per i giovani: grandi difficoltà di inserimento per neolaureati e diplomati.

Riduzione della lunghezza dei soggiorni dei turisti.

- Allargamento del rapporto domanda/offerta rispetto all'obiettivo della destagionalizzazione: Mancata stagionalizzazione dell'economia del paese: stagione sempre più corta: alberghi e bagni accorciano i periodi di apertura, turismo legato alle condizioni meteo.

Riduzione della lunghezza del soggiorno dei turisti e presenza di turismo "mordi e fuggi".

Non sempre i servizi offerti sono all'altezza del prezzo richiesto e questo può disincentivare la clientela.

Bassa sicurezza della spiaggia nei mesi invernali.

Carenza infrastrutture: sportive, di divertimento, per congressi, spazi per i giovani, spazi per concerti.

Mancanza di tutela delle attività commerciali e artigianali locali, omologazione dell'offerta commerciale.

Mancanza di collaborazione tra i portatori di interesse.

- Tutela attiva del patrimonio culturale: Il rischio è che il binomio Forte dei Marmi = spiaggia/sole e shopping faccia passare in secondo piano le ricchezze culturali e artistiche del territorio.

Attenzione e manutenzione del patrimonio edilizio storico.

Mancanza di collaborazione tra i portatori di interesse.

- Tutela attiva del patrimonio ambientale: Peggioramento delle condizioni dell'acqua del mare.

Erosione/variazione della linea costiera.

Mancanza di adeguata politica di controllo e salvaguardia dell'ambiente.

- Tutela attiva delle identità delle destinazioni: Immobilismo/incapacità di portare avanti cambiamenti o nuove idee.

- Diminuzione e ottimizzazione utilizzo delle risorse naturali, con particolare riferimento all'acqua e all'energia: Per quanto riguarda le risorse idriche, le maggiori minacce riscontrate

sono: la depauperazione della falda acquifera per l'incremento dell'urbanizzazione; l'infiltrazione del cuneo salino nell'entroterra (salinizzazione delle falde di acqua dolce); la mancanza di un bilancio idrico a livello locale e per la Versilia; la mancanza di consapevolezza e di informazione (amministratori, cittadini e turisti) sull'effettiva disponibilità di acqua, sulla sua qualità e quantità; gli sprechi: utilizzo di acqua potabile per irrigare strade, marciapiedi o giardini (nelle ore più calde del giorno).

In riferimento ai consumi energetici, la forte minaccia per la cittadina riguarda l'aumento dei consumi stessi.

- Diminuzione e gestione rifiuti: I turisti non conoscono le regole per la raccolta rifiuti.

2.2. MEDIA VALLE DEL SERCHIO

Si tratta di un distretto della provincia di Lucca, compreso tra la città di Lucca a sud e la Garfagnana a nord, che si estende lungo il bacino del fiume Serchio. I due comuni di maggiore importanza, risultano essere Borgo a Mozzano e Barga (terra di adozione del poeta Giovanni Pascoli), che saranno analizzati in seguito, ma anche Coreglia Antelminelli, Bagni di Lucca (nota e pregiata stazione termale), Villa Basilica (importante distretto cartario) e Pescaglia, con le frazioni agro-industriali di San Martino e Monsagrati.

Borgo a Mozzano presenta una posizione che consente due tipologie di turismo: quello sportivo e quello naturalistico. La rete fluviale e i sentieri che si sviluppano all'interno del territorio permettono la pratica di semplici passeggiate o gite in canoa alla ricerca del contatto con la natura. La città può vantare, inoltre, di un ricco patrimonio storico e culturale: Ponte della Maddalena detto "del Diavolo" (XIV Secolo), ponte delle Catene (Figura 2),



Figura 2: ponte delle Catene di Borgo a Mozzano

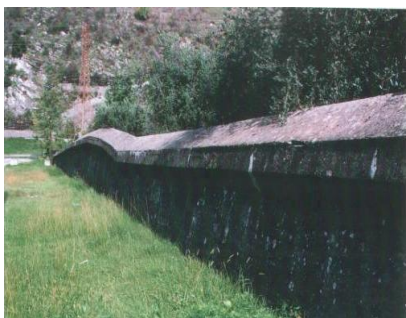


Figura 3: Fortificazioni della Linea Gotica a Borgo a Mozzano

pievi Romaniche (es: Pieve di Santa Maria Assunta a Diecimo), fortificazioni gotiche e borghi ancora intatti.

Sebbene il territorio, da solo, sia in grado di offrire al turista il necessario per una vacanza all'insegna dello svago e dell'incontro con la storia e la natura, sono pochi i turisti che si recano presso tale località. La maggior parte di essi sono

escursionisti attratti dalle bellezze storiche (es: Ponte del Diavolo o le fortificazioni della Linea Gotica, rappresentate in Figura 3), piuttosto che da manifestazioni quali la Mostra Mercato dell'Azalea o la festa di Halloween in grado di attrarre circa 20.000 persone. All'interno del comune si ha una scarsità di musei, i quali sono aperti solo su appuntamento e di conseguenza visitati maggiormente da gruppi scolastici.

Nel territorio sono ancora presenti molti ruderi che, se ristrutturati e rivalutati, potrebbero dare vita a forme di ricettività di tipo agriturismo.

Per quanto riguarda il sistema dei trasporti, nonostante il Comune si trovi in una posizione strategica per raggiungere le località adiacenti, la rete di collegamento risulta essere molto scarsa. Solo con Lucca è presente una connessione ferroviaria diretta. Chi arriva da Firenze o da Pisa è costretto a fare tappa prima a Lucca. Le stesse difficoltà sono riscontrate anche da chi preferisce l'autobus al treno. Un altro problema è la scarsa disponibilità di parcheggi intorno alle zone turistiche di maggiore importanza.

Per quanto riguarda i musei si potrebbe pensare di procedere con aperture fisse durante la settimana, unite alla possibilità di aperture straordinarie anticipate da prenotazione. Ovviamente il tutto dovrebbe essere pubblicizzato.

Ad oggi, il comune è interessato in gran parte da un flusso turistico giornaliero: escursionisti attratti dalle bellezze naturali del posto o incuriositi dagli eventi svolti durante l'anno. Per il Comune non è possibile individuare una vera e propria "stagione turistica". La maggiore concentrazione si verifica

in estate, ma non è tale da influire sulla vita dei residenti. Borgo a Mozzano è considerata come semplice punto di passaggio per dirigersi verso le città più grandi e/o le piste da sci della Garfagnana e dell'Abetone. Il numero più alto di presenze si registra in occasione della Festa di Halloween e di quella dell'Azalea.

Le tabelle di seguito riportate sintetizzano quanto appena affermato.

Tabella 6: Movimento turistico di Borgo a Mozzano in termini di arrivi¹⁶

	ARRIVI														
	2010			2011			2012			2013			2014		
	Stranieri	Italiani	Totale	Stranieri	Italiani	Totale	Stranieri	Italiani	Totale	Stranieri	Italiani	Totale	Stranieri	Italiani	Totale
Gennaio	9	116	125	11	73	84	8	73	81	31	125	156	22	87	109
Febbraio	21	143	164	26	120	146	15	78	93	5	196	201	8	81	89
Marzo	27	148	175	37	210	247	72	391	463	27	438	465	53	225	278
Aprile	69	237	306	111	365	476	99	397	496	171	293	464	157	434	591
Maggio	181	236	417	179	366	545	272	186	458	307	290	597	303	336	639
Giugno	262	183	445	308	354	662	334	384	718	211	255	466	368	244	612
Luglio	530	252	782	578	390	968	574	301	875	330	225	555	581	276	857
Agosto	342	423	765	570	595	1.165	372	267	639	373	266	639	359	384	743
Settembre	299	205	504	552	379	931	309	250	559	304	264	568	322	407	729
Ottobre	88	316	404	111	493	604	121	267	388	158	294	452	165	370	535
Novembre	41	82	123	24	182	206	42	335	377	26	196	222	5	241	246
Dicembre	17	191	208	30	227	257	14	257	271	15	302	317	30	336	366
Tot. Complessivo	1.886	2.532	4.418	2.537	3.754	6.291	2.232	3.186	5.418	1.958	3.144	5.102	2.373	3.421	5.794

¹⁶ Fonte: Provincia di Lucca-Servizio Turismo.

Tabella 7: Movimento turistico di Borgo a Mozzano in termini di presenze¹⁷

	PRESENZE														
	2010			2011			2012			2013			2014		
	Stranieri	Italiani	Totale	Stranieri	Italiani	Totale	Stranieri	Italiani	Totale	Stranieri	Italiani	Totale	Stranieri	Italiani	Totale
Gennaio	67	725	792	40	263	303	10	324	334	55	368	423	48	259	307
Febbraio	81	559	640	60	273	333	65	337	402	11	458	469	43	204	247
Marzo	111	744	855	115	525	640	228	618	846	59	962	1.021	214	514	728
Aprile	271	819	1.090	412	943	1.355	309	751	1.060	814	718	1.532	539	1.515	2.054
Maggio	707	751	1.458	533	668	1.201	1.059	326	1.385	1.290	659	1.949	1.175	654	1.829
Giugno	1.264	651	1.915	1.413	763	2.176	1.579	823	2.402	827	659	1.486	1.480	608	2.088
Luglio	3.277	791	4.068	3.178	797	3.975	3.471	575	4.046	2.012	515	2.527	2.820	872	3.692
Agosto	3.456	2.079	5.535	3.252	1.660	4.912	2.537	727	3.264	1.831	858	2.689	1.785	1.287	3.072
Settembre	1.197	430	1.627	1.986	1.010	2.996	1.459	458	1.917	1.234	510	1.744	1.599	1.188	2.787
Ottobre	787	650	1.437	389	1.474	1.863	431	609	1.040	642	596	1.238	694	847	1.541
Novembre	501	267	768	50	513	563	190	900	1.090	167	579	746	66	877	943
Dicembre	432	493	925	201	686	887	583	687	1.270	39	710	749	169	980	1.149
Tot. Complessivo	12.151	8.959	21.110	11.629	9.575	21.204	11.921	7.135	19.056	8.981	7.592	16.573	10.632	9.805	20.437

¹⁷ *ibidem*.

Come è evidenziato nella Tabella 6 e nella Tabella 7, l'elevato numero di arrivi e presenze nel mese di novembre 2012, soprattutto degli Italiani, sono da attribuirsi all'evento Comics, che si svolge a Lucca nella prima settimana del mese. Anche se non sono presenti molte strutture ricettive (3 alberghiere e 25 extra-alberghiere), molti turisti preferiscono spostarsi per scelta o necessità in un luogo più "tranquillo". Inoltre, negli ultimi anni, sono molti gli Italiani che si recano a Borgo a Mozzano per assistere alla festa di Halloween. Si ha un'alta affluenza turistica nel periodo marzo-aprile, in occasione della Fiera dell'Azalea e sono registrati, come affermato in precedenza, un alto numero di arrivi e presenze nel periodo estivo.

Barga, altra cittadina della Valle del Serchio, è stata riconosciuta uno dei "Borghi più belli d'Italia"¹⁸ ed ha ottenuto la "Bandiera Arancione Touring Club"¹⁹ e la nomina di "Cittaslow"²⁰.

La città è caratterizzata da monumenti storici (il Conservatorio, le chiese di Santa Elisabetta, del Santissimo Crocifisso, della Santissima Annunziata e del Convento dei Cappuccini), dal patrimonio monumentale, dalle opere d'arte, dall'offerta di attività teatrali, musicali e ricreative, ma anche da attrattive legate all'enogastronomia e all'organizzazione di eventi di qualsiasi genere e misura. Non è da trascurare nemmeno l'aspetto letterario legato alla città in quanto terra di adozione del poeta Giovanni Pascoli.

Anche Barga necessita di un maggior numero di punti di informazione e di comunicazione esterna, che permettano di far conoscere il territorio ad un più ampio numero di visitatori.

¹⁸ Club che comprende piccoli centri italiani di particolare interesse e valore artistico e storico. Nasce nel 2001 per volere della Consulta del Turismo dell'Associazione nazionale Comuni Italiani (ANCI), con lo scopo di preservare e rivitalizzare piccoli nuclei limitrofi alle zone turistiche di maggiore interesse che rischiano, nonostante il grande valore, di essere dimenticati.

¹⁹ Marchio di qualità turistico-ambientale, conferito dal Touring Club Italiano ai piccoli comuni dell'entroterra italiano con un massimo di 15.000 abitanti. L'idea nasce a Sassello, in provincia di Savona, nel 1998, per l'esigenza dell'ente regionale di promuovere e valorizzare l'entroterra. È l'unico progetto italiano inserito dall'Organizzazione Mondiale del Turismo. Il gruppo conta ad oggi 184 borghi.

²⁰ Titolo concesso a tutti i comuni con meno di 50.000 abitanti che non siano capoluogo di provincia e che si impegnano nel migliorare la qualità della vita dei visitatori e dei propri residenti. Il titolo ha durata triennale ed è rinnovato a condizione che le amministrazioni mantengano le condizioni primarie di ammissibilità. Il titolo di Cittaslow è riconosciuto anche in altri Paesi all'estero, come l'Australia, la Francia, la Norvegia, gli USA e altri.

Data la localizzazione e la morfologia del territorio, la città è in grado di offrire, al proprio visitatore, relax e stretto contatto con la natura.

Per sviluppare, nel migliore dei modi, un turismo più sostenibile possibile, è necessario creare una visione di insieme di tutte le parti di cui questo piccolo borgo si compone: cultura, architettura, pittura, musica, cucina, spettacoli ed altre iniziative culturali, senza trascurare gli aspetti legati ad una maggiore e corretta promozione che renda Barga nota, in modo particolare percorsi guidati.

È presente, inoltre, un ricco patrimonio ambientale che costituisce la base per l'ecoturismo, un'alternativa al turismo convenzionale per chi è alla ricerca di nuovi stimoli e desidera "vivere" personalmente le risorse naturali e paesaggistiche. Anche l'attenzione, da parte degli stakeholder, verso questa tipologia di risorsa, può portare ad un turismo sostenibile e, più in generale, ad uno sviluppo sostenibile, rivolgendo uno sguardo critico allo sfruttamento dello spazio per una eccessiva edificazione.

Il turista che si reca a Barga è principalmente un turista escursionista (come i visitatori di Borgo a Mozzano e Lucca). Non si può, quindi, parlare di un elevato impatto nei confronti di residenti e cittadini.

Per rendere maggiormente "fruibile" la città sarà necessario: sviluppare il punto informazione, incrementare il numero di mezzi di trasporto che servono la città, il numero di manifestazioni ed eventi e collegarli a una rete più ampia.

Nelle tabelle sotto riportate possiamo osservare l'andamento degli arrivi e delle presenze, nella città, dal 2010 al 2014.

Tabella 8: Movimento turistico di Barga in termini di arrivi²¹

	ARRIVI														
	2010			2011			2012			2013			2014		
	Stranieri	Italiani	Totale	Stranieri	Italiani	Totale	Stranieri	Italiani	Totale	Stranieri	Italiani	Totale	Stranieri	Italiani	Totale
Gennaio	57	1.127	1.184	19	1.400	1.419	115	707	822	129	659	788	160	474	634
Febbraio	248	1.008	1.256	169	962	1.131	193	654	847	330	1.076	1.406	375	811	1.186
Marzo	220	1.588	1.808	122	1.300	1.422	361	771	1.132	267	1.154	1.421	1.337	1.219	2.556
Aprile	756	1.414	2.170	531	1.192	1.723	1.088	983	2.071	1.466	909	2.375	1.310	1.045	2.355
Maggio	1.449	1.042	2.491	1.597	691	2.288	1.442	739	2.181	1.979	778	2.757	1.931	694	2.625
Giugno	1.266	1.427	2.693	1.472	1.220	2.692	1.953	989	2.942	2.188	998	3.186	1.995	1.401	3.396
Luglio	1.362	1.981	3.343	1.882	1.299	3.181	2.176	973	3.149	2.495	776	3.271	2.786	911	3.697
Agosto	676	3.011	3.687	1.366	2.430	3.796	1.525	1.641	3.166	2.255	1.220	3.475	2.630	1.485	4.115
Settembre	863	1.474	2.337	907	1.156	2.063	1.370	714	2.084	1.606	1.046	2.652	2.004	1.345	3.349
Ottobre	528	1.801	2.329	220	492	712	937	1.678	2.615	1.158	712	1.870	1.531	1.118	2.649
Novembre	108	981	1.089	185	413	598	283	1.248	1.531	982	522	1.504	262	705	967
Dicembre	83	1.647	1.730	145	823	968	193	1.576	1.769	256	972	1.228	271	1.348	1.619
Totale complessivo	7.616	18.501	26.117	8.615	13.378	21.993	11.636	12.673	24.309	15.111	10.822	25.933	16.592	12.556	29.148

²¹ Fonte: Provincia di Lucca-Servizio Turismo

Tabella 9: Movimento turistico a Barga in termini di presenze²²

	PRESENZE														
	2010			2011			2012			2013			2014		
	Stranieri	Italiani	Totale	Stranieri	Italiani	Totale	Stranieri	Italiani	Totale	Stranieri	Italiani	Totale	Stranieri	Italiani	Totale
Gennaio	199	4.372	4.571	157	3.473	3.630	816	2.086	2.902	481	1.883	2.364	423	1.429	1.852
Febbraio	588	2.780	3.368	388	2.074	2.462	906	1.927	2.833	856	1.854	2.710	1.116	1.849	2.965
Marzo	823	4.617	5.440	364	3.233	3.597	1.731	2.051	3.782	970	2.446	3.416	4.605	2.499	7.104
Aprile	3.373	4.117	7.490	1.689	2.632	4.321	3.900	2.553	6.453	5.471	2.017	7.488	4.825	2.052	6.877
Maggio	5.723	3.045	8.768	6.810	1.654	8.464	5.825	1.759	7.584	7.614	1.621	9.235	6.635	1.564	8.199
Giugno	6.148	3.974	10.122	6.916	3.005	9.921	7.246	2.347	9.593	8.126	2.880	11.006	6.876	3.516	10.392
Luglio	6.792	8.799	15.591	7.911	5.723	13.634	9.390	3.249	12.639	11.169	3.477	14.646	11.494	3.460	14.954
Agosto	4.126	12.164	16.290	8.023	8.489	16.512	7.977	5.212	13.189	9.892	3.059	12.951	10.679	4.023	14.702
Settembre	3.014	5.145	8.159	4.111	3.954	8.065	4.876	2.003	6.879	5.727	2.288	8.015	7.278	3.283	10.561
Ottobre	1.650	4.148	5.798	1.232	1.420	2.652	2.669	3.794	6.463	3.920	1.710	5.630	7.002	2.497	9.499
Novembre	468	2.271	2.739	928	1.314	2.242	864	2.713	3.577	3.327	1.561	4.888	905	1.870	2.775
Dicembre	460	3.669	4.129	791	2.051	2.842	660	2.703	3.363	772	2.072	2.844	1.583	3.017	4.600
Totale complessivo	33.364	59.101	92.465	39.320	39.022	78.342	46.860	32.397	79.257	58.325	26.868	85.193	63.421	31.059	94.480

²² *ibidem*.

Il movimento turistico di Barga, secondo quanto riportato dalla Tabella 8 e dalla Tabella 9, non ha mantenuto un andamento costante negli anni. Dal 2012 in poi ha registrato il maggior numero di arrivi e presenze globali nei mesi di giugno, luglio, agosto, ma anche a settembre (presenze straniere 2014 e italiane 2010 e 2011) e a ottobre (presenze italiane 2012). Per gli stranieri, in modo particolare, la maggiore concentrazione di visite nei mesi estivi e più caldi, è probabilmente dovuta al fatto che, il turista straniero che visita la Toscana, sceglie una meta come punto di appoggio e crea intorno ad essa un itinerario più ampio, spostando il proprio interesse anche su zone limitrofe alla destinazione principale. Se leggiamo i dati delle due provenienze turistiche separatamente, notiamo che i flussi degli Italiani hanno seguito un andamento decrescente con una ripresa nel 2014 mentre, gli arrivi e le presenze degli stranieri, sono sempre aumentati negli anni.

Quindi, i flussi turistici della cittadina, sono uniformemente distribuiti sull'arco dell'anno sia in termini di arrivi che di presenze.

Nell'analisi SWOT sotto riportata viene effettuato un riepilogo dei principali punti di forza e debolezza, opportunità e rischi della Media Valle del Serchio nel suo complesso.

- **Strenghts:**

- Impatto dei trasporti: Borgo a Mozzano è considerata la porta della Media Valle del Serchio, punto intermedio tra la Garfagnana e Lucca: dunque luogo di passaggio giornaliero. Aspetto sicuramente positivo per il comune di Barga è la sua posizione geografica: può essere considerata punto di partenza per visitare la Garfagnana, fare escursioni in montagna o dirigersi verso Lucca e la Versilia.
- Qualità della vita dei residenti: buona qualità della vita nella Valle del Serchio.
- Allargamento del rapporto domanda/offerta rispetto all'obiettivo della destagionalizzazione: a Borgo a Mozzano sono presenti un ricco patrimonio culturale e storico e molti elementi

architettonici rilevanti del periodo medievale e tardo medievale. Non è da trascurare, inoltre, l'alta concentrazione di fortificazioni ben conservate della Linea Gotica.



Figura 4: Territorio rurale di Borgo a Mozzano

La parte di territorio rurale

(Figura 4) è ben salvaguardata e offre borghi ancora intatti come Motrone, Gioviano e Domazzano.

Barga, comune al centro della Valle del Serchio, vanta di numerose attrattive che, se rivalorizzate, creano un'offerta turistica annuale. La località è caratterizzata da una ricca qualità ambientale, paesaggistica, storica e architettonica, nonché di un calendario eventi ben articolato.

- Tutela attiva del patrimonio culturale: Il comune di Barga possiede un ricco patrimonio culturale e storico: il Duomo dedicato a San Cristoforo (esempio più illustre di Architettura



Figura 5: Museo Civico del Territorio di Barga "A. Mordini"

Romanica in Valle del Serchio); il centro storico con i suoi monumenti di notevole interesse (palazzi, chiese come il Convento e la Chiesa di San Francesco); il settecentesco Teatro dei Differenti (centro culturale con iniziative di vario genere: stagione di prosa, festival lirico Opera Barga, Barga Jazz); la casa/museo di

Giovanni Pascoli; il Museo Civico del Territorio di Barga "A. Mordini", rappresentato in Figura 5 (strumento didattico per la comprensione delle realtà storiche del territorio e della sua evoluzione); l'antica Pieve di Loppia in stile romanico al di fuori del Centro Storico.

- Tutela attiva del patrimonio ambientale: Borgo a Mozzano è ricca di itinerari collinari e sentieristici, vi è una elevata produzione florovivaistica di molte varietà di azalee, conosciute a livello nazionale. Non è da trascurare neppure il fiume Serchio con la sua diga, nonché una predisposizione morfologica e di correnti ascensionali per il parapendio.

Anche Barga è ricca di itinerari collinari e sentieristici, tra i quali sorgono rifugi alpini fruibili.

- Tutela attiva delle identità delle destinazioni: Borgo a Mozzano è una città culturalmente vivace, grazie ai molti eventi fissi promossi anche dalle numerosissime associazioni culturali: Festa dell'Azalea, Festa di Halloween con 20.000 visitatori, il Teatro di Verzura che dal 2007 porta a Borgo a Mozzano personaggi di fama internazionale (es: Paolo Ruffini), festa dell'Olio di Oliva, Festa del Baccalà Norvegese (Figura 6) e molte altre iniziative. A giocare un ruolo importante sono: la forte produzione florovivaistica, l'ambiente e la qualità della vita, gli itinerari collinari e sentieristici, il fiume Serchio e la sua diga, la predisposizione morfologica e di correnti ascensionali per il



Figura 6: Sagra del Baccalà Norvegese a Borgo a Mozzano

Parapendio, ma anche la produzione dell'olio, che contribuisce soprattutto alla tutela e alla salvaguardia del territorio. La posizione strategica di questo comune lo rende, come affermato in precedenza, la porta di ingresso per la Garfagnana e per gli spostamenti nel territorio provinciale. Sono da tenere ben presenti, infine, la qualità e la ricchezza ambientale, storica e architettonica.

Il comune di Barga mantiene salda la sua identità di destinazione, organizzando, durante l'anno, eventi periodici

promossi dall'Ente, dalla locale Pro Loco e dalle numerose associazioni: Festa del Centro Storico, Festival Letterari, Stagione di Prosa al Teatro dei Differenti, Festival Lirico Opera Barga, Barga Jazz, enogastronomia con attenzione al prodotto locale, iniziative di salvaguardia delle specifiche tradizioni culturali (la Befana, il Presepe, antichi giochi).

La posizione geografica e morfologica della località, permette lo sviluppo di itinerari collinari e sentieristici; percorsi mountain bike; percorsi a cavallo e trekking.

Ha ottenuto il riconoscimento di Città Slow Food e la Bandiera Arancione.

- Diminuzione e ottimizzazione utilizzo delle risorse naturali con particolare riferimento all'acqua e all'energia: Anche in queste due tematiche giocano un ruolo fondamentale il fiume Serchio e la sua diga.

Barga dispone di una rete idrica capillare e di fonti montane.

- Diminuzione e gestione rifiuti: Nel capoluogo e nelle frazioni maggiori viene effettuata la raccolta differenziata con il porta a porta, con diversi passaggi, e da qualche anno è stata istituita una stazione ecologica.

Sono state prese una serie di iniziative, da parte del Comune di Barga, per la gestione dei rifiuti, grazie all'esistenza di una stazione ecologica e anche alla raccolta differenziata porta a porta.

- **Weaknesses:**

- Impatto dei trasporti: Il comune di Borgo a Mozzano è suddiviso in 18 frazioni difficilmente raggiungibili con i mezzi pubblici, così come i maggiori monumenti (Ponte del Diavolo, Linea Gotica, Pievi Romaniche ecc..). A questo si aggiunge un'insufficienza di parcheggi in prossimità dei principali monumenti storici.

Il problema dei trasporti interessa anche la cittadina di Barga: il Comune è suddiviso in piccole frazioni, non tutte raggiungibili con i mezzi pubblici, in particolare quelle nella parte montana; si ha una scarsità di aree di sosta in prossimità del centro storico di Barga e, lo scambio gomma-rotaia, non è ben valorizzato e potenziato.

- Qualità del lavoro: A Borgo a Mozzano, gli occupati nel settore turistico non sono molti e non si ha neanche una crescita sensibile in una particolare stagione dell'anno. Le poche imprese turistiche presenti sono tutte di piccole dimensioni.

Vista la consistenza delle imprese turistiche, in gran parte anche a conduzione familiare, pochi sono gli occupati nel settore.

- Allargamento del rapporto domanda/offerta rispetto all'obiettivo della destagionalizzazione: Entrambi i comuni non lavorano per migliorare il problema della destagionalizzazione.

La promozione del territorio è scarsa o del tutto assente.

- Tutela attiva del patrimonio culturale: Borgo a Mozzano è caratterizzata da una scarsa accessibilità ai musei, a causa dell'apertura che avviene esclusivamente su appuntamento.

Raggiungere Barga non è cosa facile. Nonostante la cittadina disponga di un centro storico di notevole interesse architettonico e culturale, si riscontrano una serie di mancanze, che non permettono una corretta valorizzazione del territorio: difficoltà di sosta in prossimità del centro storico; difficoltà di collegamenti tra la stazione ferroviaria e Barga; difficoltà nella manutenzione e conservazione dei siti; difficoltà nella promozione dei siti e dei percorsi guidati; cartellonistica scarsa e pochi punti di informazione turistica.

- Tutela attiva del patrimonio ambientale: A Borgo a Mozzano vi sono poche risorse per la riqualificazione del parco fluviale e delle potenzialità del patrimonio ambientale.

A Barga è presente una difficoltà nel reperire risorse per la promozione e lo sviluppo di tale patrimonio.

- Tutela attiva delle identità delle destinazioni: Borgo a Mozzano sta assistendo ad un progressivo depauperamento del tessuto commerciale dei centri storici. Pochi sono i servizi e le attività commerciali per i turisti; sono presenti, inoltre, poca comunicazione e coordinamento tra gli operatori commerciali e scarsità di risorse per l'attivazione di punti di informazione turistica. A causa di una mancanza di tour operator e agenzie di incoming, l'offerta turistica non riesce a svilupparsi. A questo sono da aggiungere: una mancanza di vocazione turistica, la carenza di parcheggi in prossimità dei monumenti, la mancanza di bagni pubblici e una rete museale poco sviluppata. In questo modo possiamo comprendere che Borgo a Mozzano manca di identità come destinazione turistica e quindi è frequentata da turisti di passaggio mordi e fuggi.

Nonostante la volontà degli enti del Comune di Barga nell'avere un calendario eventi sempre attivo e ben distribuito durante l'anno, vi sono poca comunicazione e coordinamento fra gli operatori commerciali e difficoltà nelle operazioni di marketing territoriale. Anche a Barga vi è una scarsità di risorse per attivare dei punti di informazione turistica.

- Diminuzione e ottimizzazione utilizzo delle risorse naturali con particolare riferimento all'acqua e all'energia: I torrenti di Borgo a Mozzano non sono sempre puliti e controllati e, vista la conformità del territorio, il comune è a rischio idrogeologico²³.

La rete idrica di Barga registra delle perdite lungo il percorso.

²³ In idrologia e ingegneria ambientale con il termine rischio idrogeologico si designa il rischio connesso all'instabilità dei pendii, dovuta a particolare conformazione geologica e geomorfologica di questi, o di corsi fluviali in conseguenza di particolari condizioni ambientali, meteorologiche e climatiche che coinvolgono le acque piovane e il loro ciclo idrologico una volta cadute al suolo, con possibili conseguenze soprattutto sulla sicurezza di servizi e attività su un dato territorio. Assieme al rischio sismico e al rischio vulcanico costituisce uno dei maggiori rischi ambientali connessi alle attività umane.

- Diminuzione e gestione rifiuti: Nel comune di Barga manca collaborazione, da parte dei cittadini, sulla questione dei rifiuti che vengono spesso abbandonati.

- **Opportunities:**

- Impatto dei trasporti: La presenza del Parco Fluviale costituisce un'importante risorsa turistica da valorizzare ulteriormente, in ogni caso, dotandolo di nuovi parcheggi e piste ciclabili.
- Allargamento del rapporto domanda/offerta rispetto all'obiettivo della destagionalizzazione: il considerevole patrimonio storico e architettonico, gli eventi e le manifestazioni radicate nel territorio e le risorse naturali costituiscono già elementi di attrazione che, ovviamente, necessitano una ulteriore valorizzazione.
- Tutela attiva del patrimonio culturale: Gli eventi, attualmente rappresentativi delle realtà di Borgo a Mozzano e di Barga, ad esempio, danno importanza alla ricchezza delle risorse locali e costituiscono una grande opportunità per la conservazione del patrimonio culturale.
- Tutela attiva del patrimonio ambientale: L'esistenza di sentieri utilizzabili, sia per il trekking che per le escursioni a piedi, è piuttosto apprezzata e potrebbe costituire un punto di partenza per un ulteriore sviluppo, così da poter realizzare nuovi pacchetti per trekking e percorsi guidati sulla montagna.
- Tutela attiva delle identità delle destinazioni: Borgo a Mozzano si trova in una posizione strategica, in quanto base logistica ideale per spostarsi verso la Garfagnana, verso Lucca ed anche verso altre importanti città della Toscana. Nel territorio



**Figura 7: Osservatorio
Astronomico di Monte
Agliale (Borgo a Mozzano)**

sono presenti ancora molti ruderi ristrutturabili, da adibire a forme di ricettività di tipo agriturismo. Sembrano esistere le potenzialità per consolidare, nella cittadina e nel territorio, un'offerta turistica stabile. Tale operazione potrebbe essere effettuata mettendo a sistema il patrimonio artistico, architettonico, storico e museale (ponti Del Diavolo e Delle Catene, Fortificazioni della Linea Gotica, Pievi Romaniche, Osservatorio Astronomico rappresentato in Figura 7 e altri numerosi siti storici e archeologici), ma anche sviluppando eventi importanti, quali la Festa di Halloween e la Mostra mercato dell'Azalea.

Il bacino del fiume Serchio e la sua diga, possono costituire una risorsa importante per il territorio, per attività sportive come la canoa o per la realizzazione di un ampio parco fluviale. Una grande risorsa è rappresentata, inoltre, dai numerosi sentieri e mulattiere che collegano il territorio se inseriti in itinerari strutturati e segnalati.

Il patrimonio storico e architettonico deve essere sviluppato e potenziato, con particolare attenzione alle Fortificazioni della Linea Gotica ed ai Ponti del Diavolo e Delle Catene. Non sono inoltre da sottovalutare le risorse naturali come il parco e la sentieristica e l'esperienza, maturata da alcuni soggetti, nell'organizzazione di eventi che presentano un forte richiamo turistico.

La posizione del Comune di Barga e il ricco patrimonio che offre hanno bisogno di maggiore valorizzazione per sviluppare nuove forme di turismo e più costante. La qualità della vita è un'alternativa a quella delle città.

- Diminuzione e ottimizzazione utilizzo delle risorse naturali, con particolare riferimento all'acqua e all'energia: L'acqua è l'elemento chiave di questo territorio: è fondamentale per lo sviluppo di tutte le attività produttive e ricreative e per il bene

comune. Le reti idriche di Barga necessitano di maggiore manutenzione e, in aggiunta a questo, sarà necessario promuovere progetti sul bene acqua.

- Diminuzione e gestione rifiuti: la raccolta differenziata porta a porta è già in atto e potrebbe essere ampliata in alcune zone, in particolare a Borgo a Mozzano.

- **Threats:**

- Impatto dei trasporti: L'ulteriore taglio dei mezzi pubblici per mancanza di fondi a Borgo a Mozzano ha creato traffico pesante sulle principali vie di comunicazione.

Anche Barga ha risentito di un ulteriore taglio dei mezzi pubblici per mancanza di fondi.

- Il lavoro, a Borgo a Mozzano, risente degli effetti del prolungarsi della crisi sui fatturati.

La crisi sta influenzando molto il lavoro a Barga.

- Allargamento del rapporto domanda/offerta rispetto all'obiettivo della destagionalizzazione: Borgo a Mozzano soffre della carenza di fondi per la gestione e la manutenzione ordinaria e straordinaria dei beni artistici e storici.

Gli enti locali di Barga soffrono dell'impoverimento dei bilanci.

- Tutela attiva del patrimonio culturale: Non ci sono, a Barga, fondi per la gestione e la manutenzione ordinaria e straordinaria dei beni artistici e storici.

- Tutela attiva del patrimonio ambientale: i territori dei Comuni di Borgo a Mozzano e di Barga sono soggetti a rischio idrogeologico a causa della conformazione, della morfologia del territorio, del disboscamento e dell'abbandono della coltivazione. Frequentemente si registrano danni alle strade carrabili ed ai centri abitati a causa dell'abbondanza delle piogge e di piccole frane.

- Tutela attiva delle identità delle destinazioni: l'abbandono dei piccoli centri storici e delle numerose frazioni di Borgo a Mozzano, la presenza di abitazioni deteriorate e la diminuzione della partecipazione alla vita sociale e ricreativa dei paesi, va ad incidere sulla qualità della vita degli abitanti.

Impoverimento dei bilanci degli enti locali.

La poca attenzione nello sviluppo urbanistico di Barga, con particolare riferimento all'edificazione eccessiva e massificata, può portare ad una perdita dell'identità locale.

- Diminuzione e ottimizzazione utilizzo delle risorse naturali, con particolare riferimento all'acqua e all'energia: in alcune realtà di Borgo a Mozzano e di Barga gli acquedotti sono vecchi e non viene effettuata l'adeguata manutenzione.
- Diminuzione e gestione rifiuti: possibile costruzione, in un comune limitrofo a Borgo a Mozzano, di una centrale a biomasse.

Nel comune di Barga sono presenti pochi controlli riguardanti il problema dei rifiuti.

2.3. GARFAGNANA

Per quanto riguarda l'area della Garfagnana, possiamo affermare che è stata definita, da alcuni, *l'isola verde della Toscana* ed è rimasta chiusa in sé stessa, vivendo una propria storia e costituendosi una identità che conserva ancora oggi. Il nome dell'area, letteralmente, significa "grande foresta" e tuttora, la zona è caratterizzata da una folta estensione di boschi. In questa immensa massa verde sono presenti numerosi piccoli centri abitati.

Il biglietto da visita del territorio è un vero e proprio invito a godersi una vacanza in tutto relax, in silenzio, ad ascoltare le voci della natura che ci circonda. I turisti e i visitatori possono scoprire angoli nascosti della valle, che offrono aspetti completamente diversi al variare delle stagioni. Inoltre, sia gli esperti che i principianti, possono praticare sport all'aria aperta e qualsiasi altro tipo di attività. Per conoscere l'ambiente in maniera più approfondita,

guide ambientali, alpine e istruttori delle diverse discipline possono essere prenotati agli Uffici Turistici e ai Centri Visita dei parchi.

Tra i principali eventi possiamo ricordare "Garfagnana in Castagna", di cui nell'appendice è fornita una descrizione dettagliata.

Procediamo, ora, ad una analisi dei comuni più rilevanti dell'area, evidenziando anche il numero degli arrivi e delle presenze turistici che si sono verificati negli ultimi anni e concludendo con una considerazione riguardo ai dati riportati, per questi ultimi, nelle tabelle.

Vergemoli è il capoluogo di una delle più suggestive vallate delle Alpi Apuane. Si trova incassata tra le rocciose pareti della Pania della Croce, della Pania Secca e del Monte Croce mentre, il Monte Forato, con il suo arco naturale, ne delimita la testata, dividendola dall'Alta Versilia.

La valle si presenta molto ricca di acqua, che dà luogo a numerosi allevamenti ittici.

Il Comune comprende le frazioni di Fornovolasco, Campolemisi (Figura 8), San Pellegrinetto e Calomini.

Le attrattive maggiormente rilevanti, che meritano di essere visitate, sono la Grotta del Vento (grotta turistica molto conosciuta in



Figura 8: Chiesa e campanile di Campolemisi

Europa) e l'Eremo di Calomini, architettura che si staglia contro una strapiombante parete rocciosa. La chiesa dei Santi Quirico e Giulietta è tra le più antiche del comprensorio di Galliciano al punto che viene fatta risalire, addirittura, al X Secolo.

Alla sommità del paese sorge la Chiesa di Sant'Antonio, con annessi oratorio, porticato e piazzale alberato. Tra le manifestazioni culturali si ricorda il concorso di poesia "Boccabuglia", che si tiene ogni prima domenica di agosto.

La Tabella 10 e la Tabella 11 mostrano l'andamento degli arrivi e delle presenze dei turisti italiani e stranieri, nel comune, dal 2010 al 2014.

Tabella 10: Movimento turistico a Vergemoli in termini di arrivi²⁴

	ARRIVI														
	2010			2011			2012			2013			2014		
	Stranieri	Italiani	Totale	Stranieri	Italiani	Totale	Stranieri	Italiani	Totale	Stranieri	Italiani	Totale	Stranieri	Italiani	Totale
Gennaio	-	2	2	-	1	1	6	-	6	-	-	-	-	-	-
Febbraio	-	10	10	-	4	4	10	-	10	-	-	-	-	-	-
Marzo	-	12	12	-	5	5	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Aprile	-	3	3	7	21	28	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Maggio	4	23	27	4	4	8	10	-	10	13	-	13	-	-	-
Giugno	-	26	26	48	7	55	37	-	37	3	-	3	2	-	2
Luglio	32	30	62	63	-	63	26	14	40	15	-	15	20	-	20
Agosto	54	51	105	40	6	46	26	17	43	6	-	6	33	-	33
Settembre	7	11	18	-	-	-	4	-	4	8	-	8	6	-	6
Ottobre	2	6	8	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Novembre	1	8	9	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Dicembre	-	12	12	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Totale complessivo	100	194	294	162	48	210	119	31	150	45	-	45	61	-	61

²⁴ Fonte: Provincia di Lucca-Servizio Turismo.

Tabella 11: Movimento turistico a Vergemoli in termini di presenze²⁵

	PRESENZE														
	2010			2011			2012			2013			2014		
	Stranieri	Italiani	Totale	Stranieri	Italiani	Totale	Stranieri	Italiani	Totale	Stranieri	Italiani	Totale	Stranieri	Italiani	Totale
Gennaio	-	95	95	-	13	13	310	62	372	372	-	372	-	-	-
Febbraio	-	47	47	-	14	14	435	58	493	336	-	336	-	-	-
Marzo	-	15	15	-	6	6	465	-	465	360	-	360	-	-	-
Aprile	-	6	6	42	64	106	408	-	408	-	-	-	-	-	-
Maggio	12	35	47	24	8	32	535	-	535	71	150	221	-	-	-
Giugno	90	73	163	421	70	491	560	24	584	25	-	25	28	-	28
Luglio	248	81	329	726	102	828	752	142	894	110	-	110	288	-	288
Agosto	471	278	749	435	42	477	578	-	578	129	-	129	256	-	256
Settembre	150	59	209	107	-	107	430	-	430	60	-	60	148	-	148
Ottobre	2	11	13	-	-	-	372	-	372	8	-	8	-	-	-
Novembre	12	86	98	-	-	-	360	-	360	-	-	-	-	-	-
Dicembre	2	48	50	-	-	-	372	-	372	-	-	-	-	-	-
Totale complessivo	987	834	1.821	1.755	319	2.074	5.577	286	5.863	1.471	150	1.621	720	-	720

²⁵ *ibidem*.

Castiglione di Garfagnana si trova sulla strada di accesso al passo delle Radici ed è un comune molto attaccato alle proprie tradizioni, tanto da farle divenire secolari, vista la costanza che i suoi abitanti vi dedicano.

Tra gli eventi di maggiore rilevanza possiamo ricordare:

- La tradizione del "Regalo", che cade ogni prima domenica dell'anno dal 20 gennaio 1631: si tratta del mantenimento di un voto effettuato dal parlamento di Castiglione di quel tempo.
- I "Crocioni": rinnovano, ogni Giovedì Santo, la tradizione dell'ascesa del Cristo sul Calvario: una grossa croce viene portata da un uomo incappucciato, di cui nessuno riconosce l'identità.
- Filarmonica Alpina: è uno dei corpi musicali con maggiore tradizione della Garfagnana e della Valle del Serchio ed è stata fondata nel lontano 1858. Da tale periodo svolge la sua attività proponendo concerti, raduni, accompagnando processioni religiose e partecipando a tutte le manifestazioni liete o dolorose che segnano la vita paesana, senza perdere lo spirito che l'ha fatta nascere e sopravvivere fino ad oggi.

La Filarmonica Alpina contribuisce a definire l'identità di un paese come Castiglione: borgo ricco di storia e di tradizioni.

- Sagra Pascoliana al Parco delle Forbici, che si svolge ogni prima domenica di agosto per ricordare il poeta di Castelvecchio.

Al periodo della dominazione romana risale la costruzione di terre munite di



Figura 9: Rocca di Castiglione di Garfagnana

fortificazioni, tra cui CASTRUM LEONIS (Castiglione), che fu tenuta in grande considerazione a causa della sua posizione di controllo sulla via che conduceva al passo di San Pellegrino. Il Castello del Leone ha avuto un passato piuttosto tormentato ed è stato costretto a difendersi dai numerosi assedi.

Per avere informazioni riguardo alla storia e ai monumenti di Castiglione si può prenotare una visita guidata alla pro loco, la quale ha accesso anche alla Rocca (Figura 9) e alle due chiese di San Michele e di San Pietro.

Sul suo territorio, Castiglione comprende due buone stazioni sciistiche recentemente rinnovate e ampliate (quelle del Passo delle Radici e del Casone di Profecchia), ma anche il Museo Etnografico della campagna e della vita di ieri, che sorge nei pressi del Santuario di San Pellegrino in Alpe (altra attrazione che merita di essere visitata), paese che rappresenta il nucleo abitato più alto dell'Appennino.

Per procedere ad una analisi degli arrivi e delle presenze registratisi in questi ultimi anni è bene osservare la Tabella 12 e la Tabella 13.

Tabella 12: Movimento turistico a Castiglione di Garfagnana in termini di arrivi²⁶

	ARRIVI														
	2010			2011			2012			2013			2014		
	Stranieri	Italiani	Totale	Stranieri	Italiani	Totale	Stranieri	Italiani	Totale	Stranieri	Italiani	Totale	Stranieri	Italiani	Totale
Gennaio	2	339	341	1	346	347	-	804	804	-	546	546	-	418	418
Febbraio	-	510	510	3	476	479	-	1.047	1.047	6	878	884	-	810	810
Marzo	1	235	236	1	281	282	5	269	274	15	609	624	2	570	572
Aprile	19	130	149	37	128	165	8	196	204	15	106	121	27	175	202
Maggio	83	70	153	20	88	108	53	433	486	54	252	306	63	301	364
Giugno	105	65	170	116	149	265	58	523	581	78	253	331	89	299	388
Luglio	197	367	564	223	821	1.044	194	1.297	1.491	178	617	795	201	485	686
Agosto	84	636	720	135	1.056	1.191	156	914	1.070	150	548	698	143	687	830
Settembre	65	121	186	50	236	286	60	235	295	22	208	230	69	200	269
Ottobre	18	157	175	110	317	427	19	207	226	11	135	146	25	231	256
Novembre	1	32	33	2	184	186	-	9	9	2	33	35	7	72	79
Dicembre	9	328	337	6	475	481	-	339	339	7	320	327	-	358	358
Totale complessivo	584	2.990	3.574	704	4.557	5.261	553	6.273	6.826	538	4.505	5.043	626	4.606	5.232

²⁶ *ibidem*.

Tabella 13: Movimento turistico a Castiglione di Garfagnana in termini di presenze²⁷

	PRESENZE														
	2010			2011			2012			2013			2014		
	Stranieri	Italiani	Totale	Stranieri	Italiani	Totale	Stranieri	Italiani	Totale	Stranieri	Italiani	Totale	Stranieri	Italiani	Totale
Gennaio	2	954	956	2	743	745	-	2.078	2.078	-	1.339	1.339	-	1.105	1.105
Febbraio	-	1.112	1.112	33	848	881	-	3.131	3.131	12	2.536	2.548	-	2.493	2.493
Marzo	1	702	703	66	1.276	1.342	5	952	957	50	1.269	1.319	2	1.465	1.467
Aprile	37	433	470	264	234	498	71	241	312	59	165	224	112	365	477
Maggio	270	326	596	130	126	256	239	769	1.008	385	434	819	332	554	886
Giugno	693	170	863	688	410	1.098	420	1.676	2.096	366	712	1.078	683	1.021	1.704
Luglio	1.606	592	2.198	1.615	3.577	5.192	1.704	5.495	7.199	1.715	2.978	4.693	1.523	2.737	4.260
Agosto	1.202	2.265	3.467	1.425	3.613	5.038	1.346	4.484	5.830	1.457	2.178	3.635	1.361	3.030	4.391
Settembre	514	235	749	448	660	1.108	491	1.568	2.059	348	321	669	516	820	1.336
Ottobre	88	217	305	172	481	653	26	1.616	1.642	37	188	225	171	337	508
Novembre	3	53	56	14	220	234	-	27	27	2	55	57	7	94	101
Dicembre	9	578	587	18	876	894	-	608	608	9	501	510	-	534	534
Totale complessivo	4.425	7.637	12.062	4.875	13.064	17.939	4.302	22.645	26.947	4.440	12.676	17.116	4.707	14.555	19.262

²⁷ *ibidem*.

Il paese di **San Romano in Garfagnana** è situato sulle colline della sinistra orografica del Serchio e, nel suo territorio, si erge il castello medievale di Verrucole. La stessa frazione sorge proprio ai piedi della fortezza, all'interno della quale si svolgevano la vita e la storia del paese e, da questa vetta, si possono osservare panorami di cui sono da mettere in risalto il Passo dei Carpinelli, la Pania di Corfino e il Parco dell'Orecchiella.

All'interno della Fortezza delle Verrucole si svolgono numerose manifestazioni (es: rievocazioni storiche e concerti musicali) e, nella stessa zona, è stato recuperato un antico mulino, all'interno del quale è visitabile una esposizione museale legata alla produzione dell'olio di noci.

Sono da visitare le frazioni di Vibbiana, Orzaglia, Caprignana, Naggio, Sillicagnana, Villetta e il piccolo borgo di Sambuca (Figura 10), arroccato intorno alla chiesa di San Pantaleone ed edificato su rocce nere a strapiombo sul Serchio.



Figura 10: Borgo di Sambuca

Possono essere, inoltre, effettuate escursioni nel Parco Nazionale dell'Appennino Tosco-Emiliano.

Tra gli appuntamenti di maggiore importanza non sono da perdere: la festa storico-gastronomica ai primi di agosto a San Romano, la Sagra dei Maccheroni a Sillicagnana e il gioco del tiro alla forma nell'impianto di Orzaglia. Nel Palazzo Pelliccini Marrazzini, a San Romano, sede del Centro di documentazione e valorizzazione del Farro IGP, è stato recentemente inaugurato il museo archeologico del territorio, con l'esposizione dei numerosi reperti provenienti dagli scavi della Fortezza delle Verrucole.

La Tabella 14 e la Tabella 15 mostrano l'andamento degli arrivi e delle presenze, all'interno del comune, durante gli anni dal 2010 al 2014.

Tabella 14: Movimento turistico a San Romano in Garfagnana in termini di arrivi²⁸

	ARRIVI														
	2010			2011			2012			2013			2014		
	Stranieri	Italiani	Totale	Stranieri	Italiani	Totale	Stranieri	Italiani	Totale	Stranieri	Italiani	Totale	Stranieri	Italiani	Totale
Gennaio	-	6	6	4	-	4	-	37	37	-	3	3	-	13	13
Febbraio	-	12	12	-	3	3	-	-	-	-	-	-	-	3	3
Marzo	-	2	2	-	19	19	12	19	31	-	23	23	-	14	14
Aprile	4	46	50	3	79	82	1	54	55	-	51	51	8	122	130
Maggio	27	17	44	21	7	28	-	33	33	3	-	3	11	76	87
Giugno	36	84	120	89	33	122	29	43	72	42	23	65	25	49	74
Luglio	149	76	225	151	18	169	133	23	156	109	28	137	95	104	199
Agosto	103	129	232	77	118	195	109	113	222	108	59	167	86	199	285
Settembre	30	21	51	22	14	36	4	20	24	25	16	41	20	101	121
Ottobre	-	17	17	1	8	9	-	8	8	-	15	15	2	3	5
Novembre	-	2	2	-	1	1	-	3	3	-	46	46	-	20	20
Dicembre	-	24	24	-	50	50	-	37	37	-	32	32	-	3	3
Totale complessivo	349	436	785	368	350	718	288	390	678	287	296	583	247	707	954

²⁸ *ibidem*.

Tabella 15: Movimento turistico a San Romano in Garfagnana in termini di presenze²⁹

	PRESENZE														
	2010			2011			2012			2013			2014		
	Stranieri	Italiani	Totale	Stranieri	Italiani	Totale	Stranieri	Italiani	Totale	Stranieri	Italiani	Totale	Stranieri	Italiani	Totale
Gennaio	-	146	146	32	115	147	-	204	204	-	58	58	-	769	769
Febbraio	-	95	95	-	79	79	-	87	87	-	28	28	-	677	677
Marzo	-	65	65	-	108	108	12	136	148	-	99	99	-	128	128
Aprile	30	174	204	29	272	301	86	231	317	-	355	355	49	757	806
Maggio	155	105	260	106	42	148	-	137	137	18	248	266	41	129	170
Giugno	306	276	582	663	123	786	277	206	483	258	186	444	209	526	735
Luglio	1.344	340	1.684	1.274	126	1.400	1.014	253	1.267	1.036	256	1.292	858	322	1.180
Agosto	1.499	809	2.308	966	618	1.584	860	686	1.546	1.056	369	1.425	957	824	1.781
Settembre	558	150	708	201	87	288	32	178	210	256	177	433	55	429	484
Ottobre	310	115	425	5	76	81	434	131	565	-	178	178	29	65	94
Novembre	300	96	396	-	90	90	-	26	26	-	141	141	-	87	87
Dicembre	310	43	353	-	81	81	-	116	116	-	50	50	-	37	37
Totale complessivo	4.812	2.414	7.226	3.276	1.817	5.093	2.715	2.391	5.106	2.624	2.145	4.769	2.198	4.750	6.948

²⁹ *ibidem*.

Piazza al Serchio è il più importante nodo viario dell'Alta Garfagnana, in cui convergono le strade di collegamento con l'Emilia e la Lunigiana, ma è anche il punto in cui il Serchio di Sillano si unisce al Serchio di Gramolazzo, dando origine al fiume che caratterizza l'intera vallata.



Figura 11: Ponte di San Michele a Piazza al Serchio

Il nome del paese deriva da una vasta area, denominata Piazza e adibita, in epoca medievale, a mercato e che ora si trova nei pressi dell'attuale stazione ferroviaria. Davanti a questo spazio si ergeva una pieve molto importante che, nella propria giurisdizione ecclesiastica, aveva 30 chiese. Oggi, della vecchia Pieve, resta solo la campana del 1271, scoperta nel corso di recenti scavi. Il ponte a sella d'asino di Piazza bassa e il Ponte di San Michele (Figura 11), testimoniano l'importanza strategica ed economica del paese.

Presso la Biblioteca Comunale è stato organizzato un Centro di Documentazione, che raccoglie materiale della tradizione orale proveniente da Toscana e Liguria. La biblioteca presenta anche una sezione specialistica sulle tradizioni popolari.

Tutte le frazioni di Piazza al Serchio sono visitabili, in particolare Borsigliana che, all'interno della chiesa, conserva un trittico quattrocentesco della Madonna con Bambino.

Analizzando la Tabella 16 e la Tabella 17 si procede ad un'analisi degli arrivi e delle presenze dal 2010 al 2014.

Tabella 16: Movimento turistico di Piazza al Serchio in termini di arrivi³⁰

	ARRIVI														
	2010			2011			2012			2013			2014		
	Stranieri	Italiani	Totale	Stranieri	Italiani	Totale	Stranieri	Italiani	Totale	Stranieri	Italiani	Totale	Stranieri	Italiani	Totale
Gennaio	-	335	335	-	341	341	1	341	342	-	215	215	-	15	15
Febbraio	-	318	318	-	316	316	-	320	320	-	227	227	1	29	30
Marzo	-	347	347	-	21	21	4	347	351	5	269	274	-	39	39
Aprile	11	328	339	10	37	47	6	47	53	5	268	273	6	46	52
Maggio	30	355	385	9	27	36	27	327	354	10	280	290	12	11	23
Giugno	61	329	390	60	324	384	59	333	392	65	282	347	36	21	57
Luglio	71	316	387	130	307	437	138	318	456	126	23	149	126	21	147
Agosto	64	351	415	76	383	459	62	430	492	72	373	445	75	76	151
Settembre	22	327	349	32	375	407	52	282	334	35	40	75	34	28	62
Ottobre	2	347	349	6	389	395	10	238	248	11	286	297	16	3	19
Novembre	-	345	345	-	331	331	2	15	17	2	276	278	-	6	6
Dicembre	2	334	336	-	367	367	-	272	272	-	35	35	-	34	34
Totale complessivo	263	4.032	4.295	323	3.218	3.541	361	3.270	3.631	331	2.574	2.905	306	329	635

³⁰ *ibidem.*

Tabella 17: Movimento turistico di Piazza al Serchio in termini di presenze³¹

	PRESENZE														
	2010			2011			2012			2013			2014		
	Stranieri	Italiani	Totale	Stranieri	Italiani	Totale	Stranieri	Italiani	Totale	Stranieri	Italiani	Totale	Stranieri	Italiani	Totale
Gennaio	-	347	347	-	361	361	1	366	367	-	439	439	-	55	55
Febbraio	-	318	318	-	316	316	-	346	346	-	359	359	1	129	130
Marzo	-	347	347	-	23	23	10	358	368	25	392	417	-	137	137
Aprile	58	332	390	43	47	90	14	113	127	46	343	389	16	177	193
Maggio	199	415	614	29	31	60	63	351	414	41	356	397	59	32	91
Giugno	355	361	716	310	402	712	188	465	653	369	366	735	181	95	276
Luglio	567	397	964	959	392	1.351	959	446	1.405	953	164	1.117	718	40	758
Agosto	489	644	1.133	573	607	1.180	465	847	1.312	606	554	1.160	517	254	771
Settembre	160	361	521	136	839	975	316	593	909	189	84	273	249	61	310
Ottobre	2	372	374	38	886	924	30	637	667	38	328	366	74	9	83
Novembre	-	345	345	12	610	622	2	529	531	64	308	372	-	6	6
Dicembre	2	371	373	-	393	393	-	455	455	-	58	58	-	44	44
Totale complessivo	1.832	4.610	6.442	2.100	4.907	7.007	2.048	5.506	7.554	2.331	3.751	6.082	1.815	1.039	2.854

³¹ *ibidem*.

Il Comune di **Castelnuovo di Garfagnana** sorge alla confluenza del Fiume Serchio con la Turrice Secca. Il territorio è il centro amministrativo e commerciale della Valle dove, ogni giovedì, sin dal 1430, si tiene il tradizionale mercato all'aperto delle merci.

Tra i monumenti più significativi sono da ricordare:

- Duomo intitolato ai SS. Pietro e Paolo: nel '500 sorge sulle rovine di una chiesa romanica dell'XI Secolo. Al suo interno si possono notare: una splendida terracotta robbiana, la "Pala di San Giuseppe", alla cui base sono collocati gli stemmi della comunità di Castelnuovo; un leone rampante blu in campo giallo; un crocifisso ligneo del XV secolo e una cornice marmorea attribuita alla bottega lucchese del Civitali.
- Fortezza di Mont'Alfonso: si trova sul colle che sovrasta l'abitato e fu costruita, verso la fine del '500, dall'architetto estense Marco Antonio Pasi. Di recente, imponenti lavori di restauro le hanno fatto acquistare di nuovo il suo antico splendore.
- Convento di San Giuseppe, in cui è collocato il monumento funebre a San Giuseppe medesimo. Si dice che Alessandro Manzoni si sia ispirato a quest'ultimo e alla sua vicenda terrena per il personaggio di Padre Cristoforo de "I Promessi Sposi".
- Teatro Alfieri: costruito nel 1860, recentemente restaurato e aperto al pubblico, è uno dei più grandi della Provincia, secondo solo al "Giglio" di Lucca.
- Rocca Ariostesca: costituisce il simbolo della città e, attualmente, è sede di eventi culturali e ospita il Museo Archeologico, in cui si possono trovare testimonianze dei periodi preistorico, liguro-apuano ed etrusco in Garfagnana.

Nella Tabella 18 e nella Tabella 19 sono evidenziati i dati relativi agli arrivi e alle presenze, nel comune, dal 2010 al 2014.

Tabella 18: Movimento turistico a Castelnuovo di Garfagnana in termini di arrivi³²

	ARRIVI														
	2010			2011			2012			2013			2014		
	Stranieri	Italiani	Totale	Stranieri	Italiani	Totale	Stranieri	Italiani	Totale	Stranieri	Italiani	Totale	Stranieri	Italiani	Totale
Gennaio	54	302	356	15	262	277	39	348	387	33	352	385	37	253	290
Febbraio	83	424	507	46	319	365	16	260	276	31	220	251	41	354	395
Marzo	71	605	676	49	580	629	38	584	622	55	560	615	64	568	632
Aprile	159	699	858	145	695	840	183	798	981	71	598	669	146	587	733
Maggio	233	575	808	239	500	739	265	472	737	242	466	708	199	710	909
Giugno	386	711	1.097	443	893	1.336	478	627	1.105	331	496	827	351	493	844
Luglio	549	681	1.230	619	764	1.383	541	732	1.273	460	671	1.131	477	614	1.091
Agosto	342	1.410	1.752	389	1.523	1.912	369	1.310	1.679	329	1.065	1.394	616	1.499	2.115
Settembre	362	695	1.057	304	771	1.075	247	690	937	280	534	814	319	684	1.003
Ottobre	214	597	811	192	695	887	195	594	789	86	371	457	115	475	590
Novembre	47	485	532	39	360	399	60	407	467	35	390	425	35	412	447
Dicembre	30	356	386	35	510	545	23	368	391	38	490	528	24	273	297
Totale complessivo	2.530	7.540	10.070	2.515	7.872	10.387	2.454	7.190	9.644	1.991	6.213	8.204	2.424	6.922	9.346

³² *ibidem*.

Tabella 19: Movimento turistico a Castelnuovo di Garfagnana in termini di presenze³³

	PRESENZE														
	2010			2011			2012			2013			2014		
	Stranieri	Italiani	Totale	Stranieri	Italiani	Totale	Stranieri	Italiani	Totale	Stranieri	Italiani	Totale	Stranieri	Italiani	Totale
Gennaio	579	1.012	1.591	447	624	1.071	683	807	1.490	340	712	1.052	674	660	1.334
Febbraio	740	1.260	2.000	367	696	1.063	731	542	1.273	523	522	1.045	729	759	1.488
Marzo	736	1.610	2.346	693	1.188	1.881	720	1.250	1.970	709	1.089	1.798	685	1.267	1.952
Aprile	1.012	1.567	2.579	1.149	1.510	2.659	1.083	1.698	2.781	611	1.214	1.825	897	1.695	2.592
Maggio	1.129	1.446	2.575	1.151	1.001	2.152	1.161	929	2.090	888	870	1.758	1.062	1.677	2.739
Giugno	1.377	1.729	3.106	1.591	2.000	3.591	1.697	1.171	2.868	1.394	1.112	2.506	1.326	1.504	2.830
Luglio	2.671	2.082	4.753	2.632	1.772	4.404	2.479	1.595	4.074	2.534	2.032	4.566	2.477	1.454	3.931
Agosto	1.413	3.960	5.373	1.457	4.382	5.839	1.510	3.941	5.451	1.890	3.255	5.145	2.901	3.934	6.835
Settembre	1.321	1.572	2.893	927	1.664	2.591	931	1.458	2.389	972	1.331	2.303	1.296	1.692	2.988
Ottobre	1.186	1.141	2.327	987	1.339	2.326	1.141	1.090	2.231	524	1.155	1.679	759	1.648	2.407
Novembre	901	1.006	1.907	644	775	1.419	723	881	1.604	539	1.172	1.711	691	1.083	1.774
Dicembre	743	789	1.532	626	963	1.589	552	705	1.257	539	1.054	1.593	639	646	1.285
Totale complessivo	13.808	19.174	32.982	12.671	17.914	30.585	13.411	16.067	29.478	11.463	15.518	26.981	14.136	18.019	32.155

³³ *ibidem*.

Il comune di **Villa Collemandina** estende il suo territorio su un'area che parte dai terrazzamenti di origine fluviale che caratterizzano l'ambiente intorno al capoluogo, fino allo spartiacque appenninico, presentando zone di particolare interesse naturalistico e paesaggistico inserite nel parco Nazionale dell'Appennino Tosco-Emiliano.

È molto importante il massiccio calcareo della Pania di Corfino, alle cui pendici si trova il paese di Corfino, porta di accesso alle Riserve dell'Orecchiella e all'Orto Botanico e splendida terrazza panoramica sulla valle.

I piccoli borghi di Canigiano, Massa e Pianacci, raccolti intorno alle loro chiese, ci raccontano ritmi di vita agreste mentre, Sassorosso, al tramonto fonde i colori delle sue case con quelli della collina di calcare rosso con cui è costruito.

Ogni anno, in estate, si svolge la Festa del Fieno in alpeggi come Pruno, Sulcina, Salera e Campaiana e, altri eventi da ricordare, sono il Premio di Pittura improvvisata a Corfino e la Sagra della Trota a Villa Collemandina dove, sul lago artificiale, si svolgono anche gare di pesca sportiva.

Per gli appassionati di teatro popolare, un avvenimento importante è la Rassegna del Maggio, con i cantori che si esibiscono nel bel castagneto di Valligori.

Nella Tabella 20 e nella Tabella 21 sono evidenziati i movimenti turistici, all'interno della cittadina, in termini di arrivi e presenze.

Tabella 20: Movimento turistico a Villa Collemandina in termini di arrivi³⁴

	ARRIVI														
	2010			2011			2012			2013			2014		
	Stranieri	Italiani	Totale	Stranieri	Italiani	Totale	Stranieri	Italiani	Totale	Stranieri	Italiani	Totale	Stranieri	Italiani	Totale
Gennaio	-	7	7	-	24	24	-	28	28	-	8	8	-	6	6
Febbraio	-	60	60	-	6	6	-	3	3	-	8	8	-	6	6
Marzo	-	7	7	-	43	43	-	35	35	5	93	98	-	9	9
Aprile	3	197	200	7	149	156	8	217	225	6	31	37	-	71	71
Maggio	18	238	256	9	126	135	25	181	206	25	103	128	19	188	207
Giugno	59	369	428	109	237	346	154	273	427	60	271	331	48	186	234
Luglio	116	416	532	141	520	661	130	422	552	131	328	459	148	305	453
Agosto	99	732	831	96	848	944	128	827	955	144	666	810	132	623	755
Settembre	77	201	278	63	100	163	54	104	158	51	57	108	57	281	338
Ottobre	-	191	191	4	115	119	22	60	82	11	98	109	8	137	145
Novembre	-	-	-	-	4	4	-	2	2	-	47	47	-	26	26
Dicembre	-	117	117	-	144	144	-	100	100	-	136	136	2	163	165
Totale complessivo	372	2.535	2.907	429	2.316	2.745	521	2.252	2.773	433	1.846	2.279	414	2.001	2.415

³⁴ *ibidem*.

Tabella 21: Movimento turistico a Villa Collemandina in termini di presenze³⁵

	PRESENZE														
	2010			2011			2012			2013			2014		
	Stranieri	Italiani	Totale	Stranieri	Italiani	Totale	Stranieri	Italiani	Totale	Stranieri	Italiani	Totale	Stranieri	Italiani	Totale
Gennaio	-	117	117	-	138	138	-	126	126	-	40	40	-	269	269
Febbraio	-	175	175	-	6	6	-	27	27	-	146	146	-	216	216
Marzo	-	27	27	-	51	51	-	35	35	20	213	233	-	14	14
Aprile	5	462	467	31	284	315	8	594	602	27	62	89	-	237	237
Maggio	94	661	755	53	393	446	98	557	655	203	357	560	91	522	613
Giugno	367	1.019	1.386	717	537	1.254	822	689	1.511	381	817	1.198	267	425	692
Luglio	828	3.544	4.372	1.011	3.605	4.616	1.131	2.948	4.079	1.195	2.151	3.346	891	1.664	2.555
Agosto	965	4.385	5.350	1.165	4.423	5.588	1.017	3.609	4.626	1.097	3.245	4.342	1.045	3.037	4.082
Settembre	560	944	1.504	580	316	896	559	352	911	554	205	759	547	652	1.199
Ottobre	-	295	295	12	216	228	144	202	346	40	175	215	54	349	403
Novembre	-	29	29	-	20	20	-	20	20	-	95	95	-	107	107
Dicembre	-	160	160	-	269	269	-	162	162	-	198	198	4	253	257
Totale complessivo	2.819	11.818	14.637	3.569	10.258	13.827	3.779	9.321	13.100	3.517	7.704	11.221	2.899	7.745	10.644

³⁵ *ibidem.*

Careggine si estende alle pendici del Monte Sumbra, sul versante orientale delle Alpi Apuane. L'altopiano su cui sorge il paese rappresenta una delle più belle terrazze panoramiche dell'intera vallata.

Il centro storico, all'interno delle mura, offre scorci incantevoli tra le strette vie lastricate, dove si affacciano case in pietra con terrazze coperte che servivano alla conservazione dei prodotti agricoli. Il paese è circondato a corona dalle capanne, costruite con il tetto spiovente, testimonianza della vocazione pastorale della zona.



Figura 12: Paese di Isola Santa a Careggine

Oggi, il Parco delle Alpi Apuane, sta recuperando l'azienda agricola "La Bosa", con la sua caratteristica casa colonica.

Castagneti secolari circondano l'altopiano e sono presenti anche boschi di betulle e faggi nelle quote più alte. Le escursioni possono essere effettuate in località come Maestà della Formica, la Gatta, Vianova (importante per la presenza di impianti di risalita in funzione nel periodo invernale, con campi scuola e piste per i più esperti).

Una bella strada panoramica effettua il collegamento con Capanne di Careggine e Isola Santa (Figura 12), dove il vecchio paese, dai tetti coperti a lastre di lavagna, si specchia nelle acque del lago artificiale. In questo luogo troviamo la "Casa del Pescatore", punto di accoglienza e ristoro per gli appassionati di pesca, ma anche numerosi percorsi e postazioni per i pescatori.

Un altro lago che merita di essere ammirato è quello di Vagli, che nasconde un intero paese. Poche persone sono a conoscenza del fatto che Fabbriche (borgo costruito dai fabbri ferrai bergamaschi che lavoravano il ferro estratto dal Monte Tambura³⁶) apparteneva al comune di Careggine e le campane della chiesa si trovano a Vergaia, dove fu spostato anche il cimitero.

³⁶ Il Monte Tambura è una montagna di 1891 metri, la terza per altezza della catena delle Alpi Apuane, al confine tra la Provincia di Lucca e la Provincia di Massa e Carrara. È compreso nel territorio del Parco naturale regionale delle Alpi Apuane.

La Tabella 22 e la Tabella 23 mostrano i dati relativi agli arrivi e alle presenze dal 2010 al 2014.

Tabella 22: Movimento turistico a Careggine in termini di arrivi³⁷

	ARRIVI														
	2010			2011			2012			2013			2014		
	Stranieri	Italiani	Totale	Stranieri	Italiani	Totale	Stranieri	Italiani	Totale	Stranieri	Italiani	Totale	Stranieri	Italiani	Totale
Gennaio	-	33	33	-	25	25	-	31	31	-	18	18	-	2	2
Febbraio	-	29	29	-	53	53	-	21	21	-	30	30	-	13	13
Marzo	2	31	33	-	24	24	-	86	86	-	53	53	5	51	56
Aprile	-	19	19	-	7	7	-	77	77	-	24	24	4	35	39
Maggio	-	17	17	-	9	9	3	49	52	19	3	22	22	46	68
Giugno	-	6	6	19	18	37	1	116	117	-	35	35	32	91	123
Luglio	-	115	115	-	73	73	2	97	99	2	137	139	-	96	96
Agosto	-	96	96	2	203	205	5	217	222	5	234	239	-	161	161
Settembre	-	35	35	-	19	19	4	69	73	13	51	64	-	75	75
Ottobre	-	33	33	3	38	41	8	56	64	-	45	45	-	19	19
Novembre	-	14	14	-	8	8	9	31	40	-	16	16	-	4	4
Dicembre	-	24	24	-	50	50	-	65	65	-	60	60	-	33	33
Totale complessivo	2	452	454	24	527	551	32	915	947	39	706	745	63	626	689

³⁷ Fonte: Provincia di Lucca-Servizio Turismo.

Tabella 23: Movimento turistico a Careggine in termini di presenze³⁸

	PRESENZE														
	2010			2011			2012			2013			2014		
	Stranieri	Italiani	Totale	Stranieri	Italiani	Totale	Stranieri	Italiani	Totale	Stranieri	Italiani	Totale	Stranieri	Italiani	Totale
Gennaio	-	74	74	-	59	59	-	62	62	-	18	18	-	26	26
Febbraio	-	29	29	-	55	55	-	28	28	-	30	30	-	13	13
Marzo	8	35	43	-	24	24	-	160	160	-	60	60	-	54	54
Aprile	-	21	21	-	7	7	-	125	125	-	26	26	9	55	64
Maggio	-	20	20	-	9	9	3	51	54	19	3	22	4	86	90
Giugno	-	8	8	152	24	176	1	122	123	-	43	43	84	123	207
Luglio	-	165	165	-	138	138	2	419	421	2	338	340	170	240	410
Agosto	-	694	694	2	653	655	6	772	778	33	683	716	-	765	765
Settembre	-	172	172	-	69	69	4	111	115	81	108	189	-	151	151
Ottobre	-	35	35	3	42	45	20	168	188	-	45	45	-	25	25
Novembre	-	18	18	-	124	124	9	54	63	-	24	24	-	4	4
Dicembre	-	48	48	-	98	98	-	88	88	-	62	62	-	44	44
Totale complessivo	8	1.319	1.327	157	1.302	1.459	45	2.160	2.205	135	1.440	1.575	267	1.586	1.853

³⁸ *ibidem*.

Il territorio comunale di **Vagli Sotto** presenta le marmoree cime apuane del Sumbra, del Sella, della Tambura e della Roccarandagia, che lo circondano a corona.

Nella zona è presente un grande lago artificiale, sicuramente il più conosciuto vista l'esistenza, nella profondità delle sue acque, del "paese fantasma" di Fabbriche di Careggine. Il villaggio riemerge ogni qual volta l'ENEL apre la diga e le acque del lago fuoriescono, lasciando riaffiorare il campanile, la chiesa e le case. In questo modo, per un'intera estate, il paese torna a vivere e molti turisti accorreranno per visitarlo. Lo specchio d'acqua riveste una grande importanza non solo per il paese sommerso menzionato in precedenza, ma attrae molti turisti, a livello anche nazionale, soprattutto a causa della realizzazione di statue di marmo dedicate al comandante Schettino e al capitano De Falco. È da mettere in evidenza, inoltre, che nelle prime settimane di ottobre del 2015, il sindaco Mario Puglia ha visto arrivare alla conclusione un altro importante progetto: il ponte tibetano. Si tratta di un ponte sospeso che unisce una sponda del lago a quella opposta. I lavori si erano arrestati nei mesi precedenti perché le ditte che dovevano completare l'opera erano impegnate all'Expo di Milano, ma in seguito sono ripresi a ritmo rapido. Nell'arco di due settimane sono stati terminati dalla Ditta Romei e l'opera ha comportato l'investimento di 3 milioni di euro.

Le comunità che costituiscono il comune di Vagli Sotto sono legate alle proprie radici, usi e costumi. Infatti, oltre a Vagli Sotto, possiamo trovare Vagli Sopra e Roggio. Vagli Sotto si stringe intorno alla Parrocchiale di San Regolo, in perfetto stile romanico a pietre bicrome (Secolo XII) mentre, in località Il Bivio, presso la Fontana delle Monache, sono situati la Chiesa di Sant'Agostino (una delle più vecchie della Garfagnana, risalente all'anno 1000) e il convento delle suore agostiniane.

Nella zona di Vagli Sopra troviamo la Chiesa di San Lorenzo mentre, a Roggio, si erge la parrocchiale di San Bartolomeo alla sommità del paese.

Di rara bellezza si presenta l'alpeggio di Campocatino, antico nucleo pastorale che si trova ai piedi della Roccarandagia. I castelli di pietra ci narrano la storia dei pastori che andavano a trascorrere l'estate all'interno

della zona. Oggi, Campocatino è un'Oasi della LIPU e, nel periodo estivo, è possibile effettuare escursioni guidate sul sentiero natura e all'Eremo di San Viano, addossato ad una strapiombante parete rocciosa.

Nella Tabella 24 e nella Tabella 25 sono rappresentati i dati statistici relativi agli arrivi e alle presenze, nel Comune di Vagli Sotto, dal 2010 al 2014.

Tabella 24: Movimento turistico di Vagli Sotto in termini di arrivi³⁹

	ARRIVI														
	2010			2011			2012			2013			2014		
	Stranieri	Italiani	Totale	Stranieri	Italiani	Totale	Stranieri	Italiani	Totale	Stranieri	Italiani	Totale	Stranieri	Italiani	Totale
Gennaio	14	4	18	-	11	11	-	6	6	-	-	-	3	10	13
Febbraio	22	6	28	-	4	4	4	-	4	-	2	2	4	12	16
Marzo	26	6	32	-	-	-	4	1	5	1	4	5	2	7	9
Aprile	26	20	46	18	28	46	8	8	16	2	10	12	6	22	28
Maggio	118	35	153	98	41	139	84	22	106	28	25	53	5	31	36
Giugno	73	95	168	71	76	147	83	75	158	47	29	76	66	23	89
Luglio	114	87	201	109	91	200	16	98	114	68	82	150	71	38	109
Agosto	113	210	323	67	186	253	38	200	238	97	127	224	92	81	173
Settembre	89	59	148	59	79	138	14	29	43	66	23	89	51	22	73
Ottobre	2	51	53	40	39	79	5	7	12	44	6	50	5	4	9
Novembre	3	6	9	-	14	14	3	8	11	-	16	16	-	4	4
Dicembre	-	4	4	-	7	7	-	12	12	3	20	23	-	23	23
Totale complessivo	600	583	1.183	462	576	1.038	259	466	725	356	344	700	305	277	582

³⁹ *ibidem*.

Tabella 25: Movimento turistico di Vagli Sotto in termini di presenze⁴⁰

	PRESENZE														
	2010			2011			2012			2013			2014		
	Stranieri	Italiani	Totale	Stranieri	Italiani	Totale	Stranieri	Italiani	Totale	Stranieri	Italiani	Totale	Stranieri	Italiani	Totale
Gennaio	86	19	105	-	60	60	-	6	6	-	-	-	6	3	9
Febbraio	95	32	127	-	4	4	20	-	20	-	4	4	12	4	16
Marzo	125	36	161	-	-	-	4	1	5	280	7	287	5	2	7
Aprile	112	63	175	86	47	133	40	8	48	272	34	306	10	6	16
Maggio	573	80	653	447	74	521	456	82	538	86	164	250	5	5	10
Giugno	425	95	520	581	108	689	397	162	559	137	47	184	386	66	452
Luglio	703	178	881	588	197	785	26	224	250	272	144	416	481	71	552
Agosto	626	472	1.098	516	655	1.171	79	516	595	546	424	970	499	92	591
Settembre	562	90	652	352	177	529	58	35	93	392	32	424	482	51	533
Ottobre	6	57	63	283	47	330	8	69	77	257	6	263	5	5	10
Novembre	6	6	12	-	26	26	3	13	16	-	25	25	-	-	-
Dicembre	-	4	4	-	16	16	-	18	18	4	24	28	-	-	-
Totale complessivo	3.319	1.132	4.451	2.853	1.411	4.264	1.091	1.134	2.225	2.246	911	3.157	1.891	305	2.196

⁴⁰ *ibidem*.

Le tabelle evidenziano caratteristiche analoghe relativamente agli arrivi e alle presenze:

- Il flusso maggiore di turisti si registra nei mesi estivi e questo è da ricondurre all'interesse per i particolari ambienti naturali, che possono essere apprezzati percorrendo sentieri montani, per la maggior parte situati in aree protette, o anche con gite in mountain-bike.
I numeri sono da ricondurre ai tanti eventi che si svolgono nelle zone montane, ma anche nel centro storico di Lucca, primo fra tutti il "Summer Festival". Questo, infatti, è un punto di partenza per prolungare il soggiorno nella provincia e apprezzare le tante iniziative che animano l'estate in Garfagnana.
- Altro periodo di affluenza è quello di ottobre-novembre. Anche questo si può associare all'altra grande manifestazione nel centro storico, rappresentata dal "Lucca Comics and Games". I giorni dell'esposizione offrono l'opportunità di visitare i borghi montani e i resti storici ivi presenti, nonché di partecipare alle feste autunnali, quasi tutte dedicate alla degustazione di prodotti tipici, in particolare le castagne.
- Riguardo al comune di Castiglione, l'incremento di presenze nel mese di febbraio è da collegare alla pratica dello sci nelle zone del Casone di Profecchia e del Passo delle Radici, con le numerose piste da discesa e da fondo.
- Un buon numero di turisti si registra anche nel periodo pasquale, che coincide con l'inizio della primavera e permette, quindi, di svolgere le prime passeggiate sui sentieri di montagna non più innevati e di osservare l'inizio delle fioriture.

Nell'analisi SWOT sotto riportata sono messi in evidenza i principali punti di forza, di debolezza, le opportunità e le minacce dell'area Garfagnana.

- **Strenghts:**

- Impatto dei trasporti: la maggior parte dei comuni della zona è raggiungibile tramite ferrovia e questo rappresenta una caratteristica importante per la sostenibilità ambientale.
- Qualità della vita dei residenti: buona qualità della vita nella zona della Garfagnana, eccetto Castiglione.
- Allargamento del rapporto domanda/offerta rispetto all'obiettivo della destagionalizzazione: la ricchezza dei monumenti, soprattutto di epoca medievale, è oggetto di visita in tutti i periodi dell'anno. In particolare si ricordano: la Rocca Ariostesca, la Fortezza di Montalfonso, il Borgo di Castiglione, la Fortezza delle Verrucole.
- Tutela attiva del patrimonio culturale: tutte le strutture sopra elencate sono state restaurate e spesso fanno da sfondo a eventi di carattere artistico ed enogastronomico.
- Tutela attiva del patrimonio ambientale: Il territorio è ricco di sentieri, che si sviluppano per la maggior parte in aree protette le quali, in estate, offrono bellissime passeggiate, mentre d'inverno diventano piste da discesa o da fondo e permettono la scoperta di paesaggi innevati, che non hanno niente da invidiare a quelli alpini. Si ha, inoltre, una rete di strutture ricettive, soprattutto agrituristiche, di buon livello.
- Tutela attiva delle identità delle destinazioni: Castelnuovo è una città culturalmente vivace, grazie ai molti eventi promossi dalle associazioni culturali e dei commercianti (es: Settimana del Commercio, Festival del Folklore, Carnevale a Castelnuovo, Festa della Castagna, Il Treno dei Saperi, Festa di Primavera...).
- Diminuzione e ottimizzazione utilizzo delle risorse naturali, con particolare riferimento all'acqua e all'energia: la zona è molto ricca di acqua, che viene utilizzata per le centrali idroelettriche che forniscono energia a gran parte della provincia di Lucca.

- Diminuzione e gestione rifiuti: A Castelnuovo e nei comuni limitrofi viene effettuata la raccolta porta a porta.

- **Weaknesses:**

- Impatto dei trasporti: le frazioni dei comuni dell'Alta Garfagnana sono difficilmente raggiungibili con i mezzi pubblici, così come le stazioni sciistiche di maggiore importanza. Lo scambio gomma-rotaia è insufficiente e dovrebbe essere valorizzato e potenziato.
- Qualità del lavoro: gli occupati nel settore turistico non sono molti, anche perché tutte le imprese turistiche, in gran parte di piccole dimensioni, sono a conduzione familiare.
- Tutela attiva del patrimonio ambientale: in passato, nella zona del Comune di Castiglione, sono state ricavate troppe piste da discesa, che hanno in qualche modo avuto impatti ambientali negativi.
- Tutela attiva delle identità delle destinazioni: tutti i centri di informazione turistica e gli operatori sono concentrati a Castelnuovo e, in questo modo, i turisti e gli escursionisti sono poco informati riguardo alle zone che meritano di essere visitate.

- **Opportunities:**

- Impatto dei trasporti: si potrebbe potenziare il servizio "treno più bicicletta", che già esiste in estate, e aumentare il numero di percorsi per mountain bike.
- Allargamento del rapporto domanda/offerta rispetto all'obiettivo della destagionalizzazione: ideare un numero maggiore di eventi, durante l'anno, anche nei periodi di primavera e autunno. In questi periodi, quindi, sarebbe opportuno creare pacchetti turistici che leghino le escursioni in Garfagnana a eventi importanti che si svolgono a Lucca.

- Tutela attiva del patrimonio culturale: Arricchimento della stagione teatrale del Teatro Alfieri di Castelnuovo e potenziamento delle rappresentazioni storico-cavalleresche nei comuni più piccoli e nelle costruzioni medievali presenti all'interno di essi.
- Tutela attiva del patrimonio ambientale: L'esistenza di sentieri utilizzabili, sia per il trekking che per le escursioni a piedi, è piuttosto apprezzata e potrebbe costituire un punto di partenza per un ulteriore sviluppo, così da poter realizzare nuovi pacchetti per trekking e percorsi guidati sulla montagna.
- Tutela attiva delle identità delle destinazioni: anche in questo territorio sono presenti ancora fabbricati da ristrutturare in modo da potervi esercitare attività ricettive.
I vari laghi della Garfagnana possono costituire una risorsa importante per lo sviluppo di attività sportive e/o per l'organizzazione di visite guidate e itinerari naturalistici.
Il patrimonio storico e architettonico può essere ulteriormente sviluppato e potenziato.
- Diminuzione e gestione rifiuti: la raccolta porta a porta potrebbe essere potenziata nei territori vicini.

- **Threats:**

- Impatto dei trasporti: il taglio dei mezzi pubblici per mancanza di fondi ha creato traffico pesante sulle principali vie di comunicazione.
- Qualità del lavoro: il lavoro risente degli effetti del prolungarsi della crisi sui fatturati.
- Tutela attiva del patrimonio ambientale: i territori della Garfagnana sono soggetti a rischio idrogeologico a causa della conformazione, della morfologia del territorio, del disboscamento e dell'abbandono della coltivazione. Si

registrano spesso danni alle strade e ai centri abitati, a causa dell'abbondanza delle piogge e di frane.

Non bisogna inoltre dimenticare che tutta la Garfagnana è zona sismica.

- Tutela attiva delle identità delle destinazioni: l'abbandono dei piccoli centri storici, la presenza di abitazioni deteriorate e la diminuzione di partecipazione alla vita sociale dei piccoli paesi, va ad incidere sulla qualità della vita degli abitanti.
- Diminuzione e ottimizzazione utilizzo delle risorse naturali, con particolare riferimento all'acqua e all'energia: gli acquedotti sono vecchi e non viene effettuata adeguata manutenzione.
- Diminuzione e gestione rifiuti: estensione della raccolta porta a porta anche nelle zone limitrofe.

2.4. LA PIANA DI LUCCA

Visitare la Piana di Lucca, detta anche Lucchesia, significa immergersi in un'isola che presenta molti aspetti storici e naturali: si tratta di un'area pianeggiante che si estende attorno alla città di Lucca, a pochi chilometri dal mare della Versilia, a meno di un'ora di auto da Firenze e confinante con Pisa. La zona comprende la parte orientale della Provincia di Lucca con i territori comunali, tra cui sono da ricordare:

- **Capannori:** della zona si possono menzionare importanti ville, costruite come residenze estive dei Signori di Lucca e circondate da giardini con sculture e giochi d'acqua. Alcune di esse sono aperte al pubblico:
 - Villa Torrigiani a Camigliano, maggiore esempio meglio conservato di villa barocca presente nella Piana di Lucca.
 - Villa Reale di Marlia: è una delle ville più famose nei dintorni di Lucca.
 - Villa Mansi: situata a Segromigno in Monte presenta una bella facciata in stile manierista, sottolineata dalla veduta libera del grande prato antistante la villa.

- Villa Grabau: è collocata a San Pancrazio di Marlia e, presso tale struttura, sono state girate alcune scene del film “I più grandi di tutti”, di Carlo Virzì.
- Villa Oliva: si trova anch’essa a San Pancrazio ed è una delle poche ville lucchesi che, anche se private, risultano visitabili (in questo caso è visitabile solo il giardino).

A Capannori, oltre alla visita delle Ville, possono essere osservati le innumerevoli Pievi romaniche e il Sentiero delle Camelie, che ospita ogni anno la “Mostra delle Antiche Camelie della Lucchesia”. L’itinerario porta i visitatori alla scoperta delle camelie più spettacolari.

- **Montecarlo:** è un piccolo borgo cittadino, circondato da mura fortificate, in posizione panoramica, famoso per un olio di notevole qualità e un pregiato vino DOC. Nel territorio è collocata la cosiddetta Strada del Vino e dell’Olio di Lucca, Montecarlo e Versilia, noto percorso enoturistico. Una ulteriore visita che merita di essere effettuata è quella al Teatro Comunale dei Rassicurati, ancora oggi centro di una notevole attività culturale e teatrale.

Le caratteristiche della zona del Comune di Lucca sono state menzionate nella parte iniziale e, per l'analisi dei dati riguardanti le caratteristiche della domanda e dell'offerta turistica all'interno di esso, sono sorte diverse commissioni. Ne è un esempio la riunione tenutasi nell'ottobre 2012, a Villa Bottini, con l'allora assessore del turismo, al Comune, Patrizia Favati, alla quale hanno preso parte associazioni culturali, operatori turistici e rappresentanti delle associazioni di categoria, coadiuvati dal partner scientifico Campus e dai partner tecnici di CST e del CNR di Firenze. I presenti sono stati suddivisi in tre focus-group tematici: sostenibilità economica, sostenibilità ambientale e sostenibilità socio-culturale, in merito al comparto turistico. Da questa e da incontri simili sono emersi i principali punti di forza e di debolezza per quanto riguarda Lucca.

- **Strenghts:**
 - Impatto dei trasporti: il centro storico di Lucca è piccolo e facilmente percorribile a piedi.

- Qualità della vita dei residenti: l'elevata qualità della vita è una delle caratteristiche della città, riconosciuta dai residenti e dai turisti.
- Allargamento del rapporto domanda/offerta rispetto all'obiettivo della destagionalizzazione: il ricco patrimonio culturale, ambientale ed enogastronomico di Lucca è da valorizzare.
- Tutela attiva del patrimonio culturale: Lucca è una città stupenda e piena di bellezze artistiche. È in corso il restauro delle Mura, il principale monumento cittadino, e sono presenti un alto numero di associazioni, che potrebbero essere coinvolte nella valorizzazione culturale.
- Tutela attiva del patrimonio ambientale: Lucca può vantare delle mura urbane, del Parco Fluviale e delle sue colline.
- Tutela attiva dell'identità delle destinazioni: non è da trascurare il ricco patrimonio musicale lucchese (ad esempio il Conservatorio Boccherini con i suoi concerti di altissimo livello) e la ricchezza di tematiche turistiche che Lucca offre. Inoltre sono da ricordare Puccini, i Comics, il Desco, il Summer Festival e, non meno importante, la qualità della vita.
- Diminuzione e ottimizzazione utilizzo delle risorse naturali con particolare riferimento all'acqua e all'energia.
- Diminuzione e gestione rifiuti: il servizio di Sistema Ambiente a Lucca funziona, in quanto vengono effettuati diversi passaggi di raccolta.

- **Weaknesses:**

- Impatto dei trasporti: a Lucca è presente un elevato traffico; la viabilità nel centro storico è spesso congestionata da consegne effettuate a tutte le ore nelle vie centrali. Manca viabilità alternativa rispetto alla circonvallazione, il percorso ciclabile urbano potrebbe essere migliorato anche con punti di informazione e vi è carenza di collegamenti con gli aeroporti e

le ville. Il progetto "Lucca Port" ad oggi non funziona perché il costo del mezzo elettrico per le consegne non è inferiore a quello dei permessi per entrare in centro con il proprio mezzo.

Inoltre, la mancanza di una tangenziale, crea ulteriore congestionamento nelle zone immediatamente fuori dal centro.

- Qualità del lavoro: le imprese turistiche di Lucca sono tutte di poche dimensioni e manca personale qualificato a causa di bassi investimenti in formazione/innovazione. È molto forte il fenomeno dell'abusivismo/sommerso.
- Allargamento del rapporto domanda/offerta rispetto all'obiettivo della destagionalizzazione: Lucca risente di un turismo di tipo stagionale (stagionalità iperconcentrata); manca promozione su tutto l'anno.
- Tutela attiva del patrimonio culturale: a Lucca molti palazzi restano chiusi alle visite turistiche (così come molti sotterranei delle mura) e i musei hanno orari poco elastici.
- Tutela attiva del patrimonio ambientale: poca salvaguardia del territorio, anche quello più periferico come la frazione di S. Alessio e quello dove insistono le ville lucchesi. Il Parco Fluviale non ha un adeguato collegamento con il centro storico.
- Tutela attiva delle identità delle destinazioni: a Lucca manca un brand unitario e una programmazione eventi che risultano quindi essere molto frammentati. Si è lasciata morire l'iniziativa "Lucca Insolita"⁴¹.
- Diminuzione e ottimizzazione utilizzo delle risorse naturali con particolare riferimento all'acqua e all'energia: fossi e canali nel territorio lucchese hanno subito una riduzione, che porta all'allagamento in caso di pioggia.
- Diminuzione e gestione rifiuti: i diversi passaggi talvolta non bastano; talvolta ci sono ancora rifiuti in tarda mattinata. Il

⁴¹ Visite guidate serali, tutte le domeniche di luglio e agosto, con guide turistiche in italiano e inglese.

problema va imputato alle cattive abitudini di cittadini e commercianti.

- **Opportunities:**

- Impatto dei trasporti: considerando le caratteristiche strutturali della città, la viabilità e l'accessibilità dei trasporti potrebbero diventare un'opportunità se fosse possibile: incentivare l'uso del mezzo ecologico per l'accesso nel centro storico (Come previsto dal progetto Lucca Port) attraverso l'aumento del costo dei permessi; togliere i semafori dalla circonvallazione per limitare l'inquinamento che ne deriva; sviluppare piste ciclabili e sentieri; potenziare la viabilità urbana attraverso parcheggi scambiatori ed eliminare le macchine dei residenti dal centro storico costruendo parcheggi esterni.
- Allargamento del rapporto domanda/offerta rispetto all'obiettivo della destagionalizzazione. Dal momento che il fenomeno dell'escursionismo è piuttosto diffuso, maggiori opportunità potrebbero essere raggiunte: sviluppando gli indicatori per monitorare tale fenomeno (es: ingressi pullman con numero passeggeri, più i dati raccolti da punti informazioni turistiche, più i dati dei gruppi accompagnati), focalizzando le azioni promozionali sui mesi di cerniera tra alta e bassa stagione (marzo, aprile, ottobre), mettendo a fuoco il rapporto "qualità/prezzo" percepito dai turisti rispetto ai competitor e potenziando il collegamento tra il centro storico e i dintorni della città, per attrarre un turismo di soggiorno a Lucca.
- Tutela attiva del patrimonio culturale: sono presenti, in città, alcune importanti manifestazioni tra cui, ad esempio, il Summer Festival e Lucca Comics. Tuttavia, una maggiore calendarizzazione degli eventi e l'aggiunta di altre proposte di eventi di qualità con ulteriori personaggi di grande richiamo, in particolare musicisti di fama internazionale, da promuovere e

da accompagnare ad eventi minori, potrebbe destagionalizzare il fenomeno turistico e allargare la destinazione Lucca agli spazi rurali limitrofi alla città, così da incentivare i turisti a soggiornare per periodi più lunghi. In particolare è possibile incrementare la valorizzazione del patrimonio artistico e culturale della città, promuovendo anche eventi legati all'arte.

- Tutela attiva del patrimonio ambientale: il recupero di edifici del passato è ormai un fenomeno attivo da anni, sia per quanto riguarda i centri storici delle città che le aree rurali, anche attraverso la diversa destinazione d'uso. Si tratta di una pratica da incentivare al fine di tutelare l'ambiente, cogliendo le opportunità legate ai 150 anni del CAI.
- Tutela attiva delle identità delle destinazioni: Lucca possiede molti elementi caratterizzanti: la storia, la musica, l'enogastronomia e le risorse architettoniche. Una maggiore tutela delle identità richiede, però, lo sviluppo di un brand unitario della città facendovi rientrare i principali elementi di distinzione. Inoltre altre azioni possono contribuire a mettere in risalto le caratteristiche identitarie della città, come valorizzare le connessioni con il tema della scienza o sviluppare un network con le poche città europee murate, simili a Lucca per struttura urbanistica, e salvaguardare anche il livello qualitativo della ristorazione cittadina.
- Diminuzione e ottimizzazione utilizzo delle risorse naturali con particolare riferimento all'acqua e all'energia: Lucca necessita di manutenzione della rete idrica: acquedotto ma anche fossi e canali di scarico.

Per quanto riguarda i consumi energetici, bisognerebbe sviluppare un fotovoltaico compatibile con il vincolo paesaggistico.

- Diminuzione e gestione rifiuti: a Lucca si dovrebbe migliorare la percentuale della raccolta differenziata anche attraverso la

creazione di incentivi per i virtuosi nella differenziazione del materiale (per plastica e alluminio).

Tabella 26: Movimento turistico a Lucca in termini di arrivi⁴²

	ARRIVI														
	2010			2011			2012			2013			2014		
	Stranieri	Italiani	Totale	Stranieri	Italiani	Totale	Stranieri	Italiani	Totale	Stranieri	Italiani	Totale	Stranieri	Italiani	Totale
Gennaio	1.870	4.738	6.608	2.176	6.728	8.904	2.339	5.771	8.110	2.053	5.068	7.121	1.851	4.802	6.653
Febbraio	2.508	5.854	8.362	2.726	6.643	9.369	2.184	5.483	7.667	2.330	5.395	7.725	1.796	5.303	7.099
Marzo	5.064	7.004	12.068	5.037	8.845	13.882	5.006	9.030	14.036	6.049	8.993	15.042	4.333	7.791	12.124
Aprile	9.393	8.999	18.392	13.641	9.534	23.175	11.937	11.083	23.020	10.229	9.803	20.032	10.577	10.489	21.066
Maggio	15.577	7.577	23.154	16.701	8.275	24.976	16.162	7.170	23.332	18.493	8.436	26.929	14.974	9.120	24.094
Giugno	14.848	7.054	21.902	17.278	7.902	25.180	15.479	7.890	23.369	17.344	7.329	24.673	15.502	7.172	22.674
Luglio	20.329	8.095	28.424	23.057	9.311	32.368	21.801	8.322	30.123	22.897	10.601	33.498	20.696	10.413	31.109
Agosto	19.176	7.939	27.115	20.883	8.826	29.709	18.691	7.358	26.049	20.178	8.230	28.408	20.731	9.614	30.345
Settembre	19.473	7.767	27.240	20.114	7.612	27.726	16.816	7.510	24.326	20.339	8.186	28.525	19.986	8.498	28.484
Ottobre	13.166	11.404	24.570	13.363	12.088	25.451	11.880	9.065	20.945	12.941	9.946	22.887	12.628	11.771	24.399
Novembre	3.704	6.769	10.473	3.823	6.226	10.049	2.782	8.087	10.869	3.081	8.888	11.969	3.874	8.491	12.365
Dicembre	2.570	7.028	9.598	3.259	7.492	10.751	2.522	6.646	9.168	2.823	7.434	10.257	2.475	8.100	10.575
Totale complessivo	127.678	90.228	217.906	142.058	99.482	241.540	127.599	93.415	221.014	138.757	98.309	237.066	129.423	101.564	230.987

⁴² Fonte. Provincia di Lucca-Servizio Turismo.

Tabella 27: Movimento turistico a Lucca in termini di presenze⁴³

	PRESENZE														
	2010			2011			2012			2013			2014		
	Stranieri	Italiani	Totale	Stranieri	Italiani	Totale	Stranieri	Italiani	Totale	Stranieri	Italiani	Totale	Stranieri	Italiani	Totale
Gennaio	4.695	10.989	15.684	4.587	13.925	18.512	6.475	14.378	20.853	5.269	12.381	17.650	5.358	10.971	16.329
Febbraio	5.299	11.828	17.127	6.795	11.465	18.260	5.598	10.954	16.552	5.320	10.812	16.132	4.549	10.437	14.986
Marzo	10.985	13.964	24.949	12.673	17.106	29.779	11.594	16.354	27.948	13.613	17.025	30.638	9.649	15.347	24.996
Aprile	21.085	18.270	39.355	29.942	17.905	47.847	27.125	21.758	48.883	21.982	18.050	40.032	23.161	20.260	43.421
Maggio	35.861	15.882	51.743	36.985	15.819	52.804	38.454	15.405	53.859	41.346	15.104	56.450	34.530	17.439	51.969
Giugno	35.227	15.549	50.776	40.791	17.302	58.093	39.172	15.592	54.764	40.473	14.574	55.047	39.262	14.796	54.058
Luglio	49.630	16.785	66.415	54.993	18.559	73.552	57.065	16.431	73.496	56.948	17.739	74.687	52.099	18.612	70.711
Agosto	48.650	18.865	67.515	53.711	20.328	74.039	53.863	17.148	71.011	54.568	17.946	72.514	54.251	20.958	75.209
Settembre	46.352	16.259	62.611	48.450	17.519	65.969	44.950	16.370	61.320	49.040	16.345	65.385	48.153	16.972	65.125
Ottobre	30.482	24.152	54.634	33.635	27.649	61.284	32.048	18.166	50.214	32.943	17.869	50.812	30.353	22.926	53.279
Novembre	8.715	15.178	23.893	11.762	14.903	26.665	8.063	18.179	26.242	8.947	20.648	29.595	9.880	19.714	29.594
Dicembre	6.183	15.368	21.551	9.195	15.800	24.995	6.794	12.258	19.052	7.754	14.162	21.916	5.994	15.713	21.707
Totale complessivo	303.164	193.089	496.253	343.519	208.280	551.799	331.201	192.993	524.194	338.203	192.655	530.858	317.239	204.145	521.384

⁴³ *ibidem*.

Si può notare che la maggior concentrazione turistica si verifica, come ci possiamo aspettare, nei mesi di luglio, agosto e settembre per tutti gli anni considerati. Per quanto riguarda gli arrivi, ma anche le presenze, in particolare, i mesi che registrano numeri ottimali sono anche quelli primaverili (si può notare un numero alto di arrivi italiani nei mesi di aprile del 2013 e del 2014 e di presenze italiane nell'aprile 2013) mentre, quelli maggiormente "critici", sono gennaio, febbraio, novembre e dicembre. Un'altra caratteristica importante da mettere in evidenza è il fatto che, nonostante il mese di agosto sia quello di maggiore affluenza turistica, a Lucca si registra un numero maggiore di arrivi e presenze nel mese di luglio, così come ottobre, considerato generalmente periodo di bassa stagione, presenta un picco paragonabile quasi a quello di giugno-luglio. Una situazione analoga, riferita però solo ai turisti italiani, si nota anche nel comune di Capannori.

Questi dati sono da collegare a due importanti eventi, che si svolgono all'interno della città nei mesi di luglio e ottobre: rispettivamente il "Summer Festival" e il "Lucca Comics and Games".

È stata effettuata, inoltre, riguardo ai turisti stranieri, una ulteriore analisi dettagliata riguardo ai Paesi di provenienza di tali persone e, più precisamente, l'attenzione si è concentrata sugli arrivi e sulle presenze nelle strutture ricettive alberghiere ed extra-alberghiere:

Tabella 28: Movimento turistico in termini di arrivi e presenze all'interno delle strutture ricettive alberghiere⁴⁴

Comune di Lucca	ALBERGHIERO											
	Arrivi						Presenze					
	2010	2011	2012	2013	2014	Totale	2010	2011	2012	2013	2014	Totale
STATI UNITI	13.863	14.141	12.292	13.400	12.575	66.271	29.837	31.927	31.749	32.071	29.976	155.560
REGNO UNITO	9.438	9.185	9.207	9.200	9.238	46.268	25.222	26.722	27.983	29.511	26.363	135.801
GERMANIA	8.327	9.353	8.476	7.995	7.867	42.018	20.580	25.322	26.371	19.718	20.607	112.598
FRANCIA	9.707	9.504	8.216	8.114	7.960	43.501	17.901	17.999	16.434	14.808	15.097	82.239
SVIZZERA	4.549	5.233	3.956	5.197	5.160	24.095	10.391	11.214	9.242	11.056	10.706	52.609
PAESI BASSI	4.304	4.512	3.769	3.724	3.552	19.861	9.950	11.017	9.969	10.273	8.722	49.931
NORVEGIA	2.366	2.411	2.581	2.831	3.023	13.212	5.884	6.355	7.097	7.889	7.785	35.010
CINA	4.160	4.467	3.266	5.202	6.070	23.165	4.377	6.680	3.815	5.737	7.480	28.089
AUSTRALIA	2.446	2.738	2.572	2.903	2.548	13.207	6.404	7.082	5.891	6.831	6.026	32.234
SPAGNA	4.398	4.877	4.341	4.972	2.908	21.496	8.934	10.874	9.617	10.359	5.213	44.997
BELGIO	2.550	2.523	2.061	2.321	2.016	11.471	6.590	6.282	6.798	6.583	4.918	31.171
BRASILE	2.435	3.439	2.878	2.573	2.338	13.663	4.760	7.016	6.444	5.275	4.361	27.856
CANADA	2.015	2.318	1.887	1.840	1.572	9.632	3.928	5.256	4.353	4.660	4.167	22.364
DANIMARCA	2.061	1.772	1.675	1.787	1.415	8.710	5.460	4.543	4.370	4.667	4.088	23.128
RUSSIA	545	808	747	1.012	822	3.934	1.568	1.916	2.258	3.138	3.050	11.930

⁴⁴ Fonte: Osservatorio Turistico Provinciale.

Comune di Lucca	ALBERGHIERO											
	Arrivi					Totale	Presenze					Totale
	2010	2011	2012	2013	2014		2010	2011	2012	2013	2014	
SVEZIA	1.081	1.119	874	1.036	1.108	5.218	2.013	2.617	2.606	2.912	2.845	12.993
AUSTRIA	2.045	1.526	1.190	1.422	1.212	7.395	4.795	3.846	2.737	3.031	2.505	16.914
IRLANDA	1.115	924	1.140	1.101	835	5.115	3.169	2.752	3.138	3.136	2.162	14.357
FINLANDIA	421	537	348	358	358	2.022	1.081	1.313	755	1.135	1.603	5.887
POLONIA	511	524	455	617	574	2.681	2.263	2.225	1.630	1.458	1.501	9.077
TURCHIA	265	293	287	311	475	1.631	1.061	1.187	542	571	1.021	4.382
ISRAELE	560	736	560	602	550	3.008	1.283	1.371	972	1.202	999	5.827
GIAPPONE	763	973	666	516	520	3.438	1.285	1.569	1.199	1.014	986	6.053
ARGENTINA	492	593	549	642	502	2.778	2.335	1.046	1.041	1.215	935	6.572
ROMANIA	334	475	369	424	400	2.002	783	1.489	867	819	934	4.892
SUD AFRICA	169	1.040	238	456	514	2.417	406	1.627	532	751	691	4.007
REP. CECA	250	315	212	235	231	1.243	423	598	490	474	407	2.392
PORTOGALLO	275	306	357	274	243	1.455	466	613	682	794	390	2.945
INDIA	291	136	121	218	137	903	419	247	287	408	355	1.716
LUSSEMBURGO	127	126	147	73	102	575	301	259	354	160	272	1.346
TOTALE	81.863	86.904	75.437	81.356	76.825	402.385	183.869	202.964	190.223	191.656	176.165	944.877

Tabella 29: Movimento turistico in termini di arrivi e presenze all'interno delle strutture ricettive extra-alberghiere⁴⁵

Comune di Lucca	EXTRALBERGHIERO											
	Arrivi						Presenze					
	2010	2011	2012	2013	2014	Totale	2010	2011	2012	2013	2014	Totale
GERMANIA	6.308	9.064	8.123	7.581	5.835	36.911	17.101	21.923	22.349	20.638	19.053	101.064
STATI UNITI	4.589	4.584	4.292	4.546	5.087	23.098	11.065	12.499	12.998	14.932	16.493	67.987
REGNO UNITO	4.437	4.590	4.868	5.551	5.299	24.745	14.428	12.982	15.514	15.590	15.746	74.260
FRANCIA	5.434	6.251	6.590	7.631	6.523	32.429	11.744	13.302	13.784	13.757	13.124	65.711
PAESI BASSI	3.682	5.329	4.870	4.836	3.779	22.496	10.290	12.653	13.315	14.035	12.731	63.024
NORVEGIA	1.114	1.201	1.349	1.256	1.571	6.491	4.224	5.377	6.681	5.340	6.174	27.796
AUSTRALIA	1.545	1.761	1.669	1.855	1.690	8.520	4.113	4.899	4.838	5.512	5.191	24.553
BELGIO	1.808	1.915	2.221	2.156	1.590	9.690	4.482	4.308	4.991	5.568	4.575	23.924
SVIZZERA	1.409	1.571	1.739	2.143	1.944	8.806	4.113	3.553	4.631	4.609	4.487	21.393
SPAGNA	2.296	2.423	1.822	2.525	2.292	11.358	4.484	4.571	3.764	4.903	4.251	21.973
DANIMARCA	1.347	1.349	1.283	1.392	1.091	6.462	4.000	4.752	4.621	5.112	3.583	22.068
CANADA	994	1.089	1.079	1.144	1.161	5.467	2.313	2.753	3.037	2.669	3.248	14.020
AUSTRIA	629	825	870	1.202	938	4.464	1.614	1.873	1.983	2.278	2.175	9.923
BRASILE	528	817	784	954	1.012	4.095	1.031	1.844	1.706	1.980	1.976	8.537
SVEZIA	543	612	608	630	650	3.043	1.720	2.011	1.905	1.964	1.869	9.469
RUSSIA	240	302	443	730	704	2.419	679	988	1.353	2.089	1.638	6.747

⁴⁵ *ibidem*.

Comune di Lucca	EXTRALBERGHIERO											
	Arrivi						Presenze					
	2010	2011	2012	2013	2014	Totale	2010	2011	2012	2013	2014	Totale
IRLANDA	522	418	533	554	537	2.564	1.710	1.109	1.810	1.775	1.555	7.959
POLONIA	384	359	480	709	557	2.489	932	1.553	1.184	1.214	1.391	6.274
ARGENTINA	148	207	237	340	419	1.351	313	385	649	949	950	3.246
CINA	227	236	334	458	520	1.775	483	446	525	753	778	2.985
ISRAELE	172	205	247	333	336	1.293	285	572	524	688	672	2.741
FINLANDIA	186	344	214	207	244	1.195	553	1.177	590	511	599	3.430
ROMANIA	173	485	448	383	214	1.703	673	1.975	1.091	1.078	550	5.367
REP. CECA	101	188	197	178	241	905	184	507	334	537	542	2.104
INDIA	17	35	47	71	57	227	31	153	172	328	499	1.183
SUD AFRICA	108	175	129	181	142	735	419	439	281	364	355	1.858
GIAPPONE	167	418	286	194	162	1.227	406	712	562	485	342	2.507
PORTOGALLO	121	108	116	178	158	681	229	238	205	282	289	1.243
TURCHIA	89	101	126	141	158	615	192	364	218	283	284	1.341
LUSSEMBURGO	49	88	112	45	62	356	130	164	358	94	128	874
TOTALE	39.367	47.050	46.116	50.104	44.973	227.610	103.941	120.082	125.973	130.317	125.248	605.561

Come si può notare, è stato preso in considerazione il periodo più recente, ovvero quello che decorre dall'anno 2010 al 2014.

Dalla Tabella 28 si può evidenziare che si è verificato un maggior numero di arrivi, all'interno delle strutture alberghiere del Comune di Lucca, durante l'anno 2011 (86.904), seguiti dagli 81.863 nel 2010, dagli 81.356 nel 2013, dai 76.825 nel 2014 e infine dai 75.437 nel 2012. Analizzando i dati relativi alle presenze, invece, si può constatare che il maggior numero di pernottamenti si è registrato nel 2011, mentre se ne possono riscontrare in misura minore nell'anno 2014.

Analizzando la Tabella 29, riguardante gli arrivi e le presenze nelle strutture extra-alberghiere (campeggi, villaggi turistici, bed & breakfast, agriturismi ecc...), si può osservare che il maggior numero di arrivi ha avuto luogo nel 2013, mentre se ne possono notare in misura minore nel 2010. Si rileva una situazione simile anche nel caso delle presenze.

Il calo relativamente all'anno 2014, potrebbe essere imputato alla crisi economica che si risente un po' in tutto il mondo e anche a un'estate poco felice dal punto di vista meteorologico. Secondo l'osservatorio Turistico Provinciale, però, le zone della Media Valle, della Versilia e degli altri comuni, hanno registrato un incremento. Questo deve indurre a una riflessione costruttiva.

Per quanto riguarda le provenienze dei visitatori della città, tra cui non sono da trascurare coloro che assistono ad un evento o ad una manifestazione, la maggior parte di tali persone giungono dagli Stati Uniti nel caso del settore alberghiero e dalla Germania nel caso del settore extra-alberghiero. Questo dato permette di comprendere che i turisti americani e tedeschi presentano un grande interesse per la città con il suo patrimonio storico, artistico e culturale, ma anche per la provincia di Lucca nel suo complesso. L'elevata affluenza degli Americani si può anche ricollegare al fatto che l'emigrazione lucchese degli anni del Dopoguerra si rivolse soprattutto agli Stati Uniti e quindi, in quei luoghi, sono ancora presenti familiari dei vecchi emigranti, in qualche modo rimasti legati alla città.

L'analisi effettuata consente di comprendere alcuni aspetti della domanda turistica in questi ultimi anni.

Effettuando una valutazione dei dati sui flussi turistici, presentati dalla Provincia, già nel settembre 2014 era presente una grande preoccupazione per la gestione di settori strategici come il turismo e la cultura. Tutto questo è affermato da Agenda per Lucca, la quale sostiene anche, in un articolo del 26 febbraio 2015, che «Questa amministrazione non riesce proprio a vedere le potenzialità sia in termini di sviluppo che di occupazione che possono arrivare dall'investimento in cultura e turismo e quindi manca una strategia, un progetto»⁴⁶. Sono riportati, a questo proposito, esempi come il calendario degli eventi, in cui sono messe insieme alcune manifestazioni che richiamano molti turisti ed altre che invece non hanno valori turistici. Inoltre sono stati criticati la mancanza di un assessore alla cultura nel Comune di Lucca, la chiusura del museo della città e del fumetto e anche di alcuni punti di informazione turistica che, fino a qualche anno fa, erano dislocati nelle vicinanze del centro.

Inoltre, quello che interessa alla Provincia, è la tassa di soggiorno: la legge che prevede l'introduzione di questo tributo, secondo Francesconi (presidente di Agenda per Lucca), afferma che il relativo gettito debba essere destinato a finanziare interventi in materia di turismo o di manutenzione e recupero dei beni culturali.

Per questo motivo Agenda per Lucca ha aperto un dibattito, all'interno del convegno svoltosi il 9 marzo presso la Fondazione Banca del Monte di Lucca. In tale incontro è stata colta l'occasione per sviluppare proposte concrete per la città e si è avuto un orientamento soprattutto verso coloro che «non volevano arrendersi all'attuale declino»⁴⁷. In modo particolare è stato effettuato il suggerimento riguardo alla tassa di soggiorno, affinché questa trovasse una giustificazione soprattutto tra i cittadini lucchesi, per la ricaduta positiva che avrebbe dovuto portare alla città.

⁴⁶ Agenda per Lucca: Luccaindiretta.it.

⁴⁷ *ibidem*.

Sono state presentate due proposte di grande importanza per il settore turistico:

- 1) Costituire una agenzia dei territori: quindi un soggetto privato che si possa occupare della promozione di tutto l'ambito provinciale. Con questo i comuni potrebbero partecipare sostenendo una parte delle spese concordate tramite business plan e l'intero costo della promozione, creazione e manutenzione del sito web. La società incaricata dovrebbe sostenere le rimanenti spese, rendicontate ai comuni partecipanti. Quindi, Lucca dovrebbe assumere il ruolo guida, sostenendo anche una quota più alta di spese.
- 2) Stipulare un accordo strutturato tra Lucca, Pisa e Aeroporto di Pisa. Questo potrebbe prevedere due piani di intesa:
 - pubblicità concordata della città lucchese nei locali dell'aeroporto;
 - presenza di bus navetta che transitano tra l'aeroporto di Pisa, il suo centro e quello di Lucca.

Le due proposte rimettono, al centro dell'attività amministrativa dei comuni, il turismo come motore di sviluppo e crescita economica e rispondono adeguatamente alle richieste dei tanti operatori che vivono di questo lavoro. I loro benefici possono determinare una importante ricaduta di utilità anche su tutto il territorio provinciale.

3. TURISMO DEI GRANDI EVENTI NELLA PROVINCIA DI LUCCA

Le mete turistiche e gli eventi analizzati precedentemente, offrono la possibilità di una vacanza, all'insegna della natura, la storia, l'arte e la gastronomia, anche a completamento di un evento culturale o congressuale. Negli ultimi anni, la città si è maggiormente aperta e anche meglio organizzata per manifestazioni legate all'economia, alle attività industriali, ma in modo particolare all'arte e alla cultura. Tutte opportunità di richiamo e di crescita economica. A questo proposito vorrei analizzare il "Lucca Comics and Games" e il "Summer Festival", i due grossi eventi turistico-culturali menzionati in precedenza, per poter studiare la sostenibilità, l'impatto sul territorio comunale e sulla popolazione, le molteplici criticità, l'accessibilità ai servizi, i problemi legati all'eccessivo aumento della popolazione, alla congestione degli spazi e le possibili misure per prevenire e risolvere tali problemi.

Altra questione da analizzare, come ho spiegato nella prefazione, è quella del turismo "mordi e fuggi": il visitatore si reca alla manifestazione e poi torna a casa. Quindi la creazione di pacchetti turistici che comprendano anche soggiorni in albergo, itinerari enogastronomici, visita a musei e monumenti di maggior rilievo nella città e partecipazione a iniziative di tipo turistico-ambientale. Chi si muove, anche dall'estero, per eventi culturali che non hanno prezzi popolari, (soprattutto il Summer Festival) è un turista con disponibilità economiche, con risorse che possono rimanere sul territorio e andare a tutto vantaggio degli operatori del settore. La città dovrebbe fare di tutto per farlo restare, come vuole lo slogan del comune, "un giorno di più".

3.1. LUCCA COMICS AND GAMES

3.1.1. Introduzione

Lucca Comics & Games è una fiera dedicata al fumetto, all'animazione, ai giochi (di ruolo, da tavolo, di carte), ai videogiochi e all'immaginario fantastico e fantascientifico. Si svolge a Lucca, in Toscana, nei giorni a cavallo tra ottobre e novembre ed è



Figura 13: Affluenze turistiche a "Lucca Comics & Games"

considerata una delle più importanti manifestazioni del genere che hanno luogo in Italia. È stato calcolato che durante l'edizione del 2011 siano stati venduti 155.000 biglietti, con un picco di 50.000 visitatori nella sola giornata della domenica 30 ottobre, ed ha generato ricavi per la città per circa 24 milioni di euro. L'edizione del 2012 ha registrato la vendita di 182.217 biglietti (considerando gli abbonamenti validi più giorni come biglietti separati), che porterebbero le presenze in fiera, conteggiando anche i 7.727 pass a disposizione dello staff e degli espositori, a 212.217 visitatori, con un picco di circa 56.000 visitatori per la giornata di sabato 3 novembre. Tali record sono stati ancora superati dall'edizione del 2013 che ha venduto 217.646 biglietti (incluse le presenze giornaliere degli abbonamenti), con picchi di oltre 70.000 presenze nelle giornate di venerdì 1 e sabato 2 novembre. Inoltre, sempre nel 2013, l'organizzazione ha stimato una presenza totale, compresi i non paganti che hanno visitato le mostre e partecipato agli eventi gratuiti, di oltre 380.000 visitatori, come si può osservare nella Figura 13.

Per l'edizione 2015, invece, secondo un articolo pubblicato sul quotidiano "Il Tirreno" del giorno lunedì 2 novembre, i biglietti singoli sono saliti a quota 220.000. Per quanto riguarda gli abbonamenti, invece, quelli da due giorni risultano essere 17.350, quelli per tre giornate 5.824 e quelli che coprono l'intero festival 3.402.

Inoltre, secondo quanto affermato dal presidente Francesco Caredio, «Dal 2006 al 2014 abbiamo gestito un milione e 400.000 persone senza che si siano verificati incidenti: il feeling tra Lucca e i suoi visitatori è impagabile»¹.

¹ Affermazione di Francesco Caredio, presidente di "Lucca Comics and Games".

L'evento viene organizzato ogni anno dalla società a responsabilità limitata *Lucca Comics & Games*, istituita nell'anno 2004. Precedentemente la manifestazione era sotto controllo del Comune di Lucca. L'attuale presidente della società è Francesco Caredio mentre, il direttore della manifestazione, è Renato Genovese.

L'esposizione è allestita in un'area di circa 30.000 m², dei quali circa 15.000 dedicati alla mostra, con la partecipazione di principali personaggi che operano nel settore, negozi specializzati, fumetterie² ed associazioni ludico-culturali. È da mettere in evidenza anche il fatto che il 22 ottobre 2015 è uscito il volume inedito di Ferri e Conrad "Il papiro di Cesare"³, ma anche che il 29 ottobre (giorno di apertura dell'edizione 2015) Asterix ha compiuto 56 anni. In occasione di questa ultima ricorrenza, all'edizione 2015 hanno partecipato anche Ferri e Conrad come ospiti di Panini Comics.

Sempre nel 2015, tutti i fumetti di ogni genere hanno dedicato almeno una pagina alla rassegna lucchese e Lucca Comics ha trovato molto spazio sugli albi della Bonelli e su Diabolik.

Durante il periodo della mostra si svolgono un gran numero di eventi, come concerti, proiezioni, incontri con gli autori, presentazioni, tornei di giochi di ruolo dal vivo e di cosplayer⁴ e spettacoli dedicati al mondo del fumetto e all'animazione in generale.

Nell'ambito di Lucca Comics, ma anche in quello di Lucca Games, sono presenti anche mostre e percorsi espositivi in cui sono messi in evidenza i capolavori dei principali artisti mondiali. Alcuni di essi hanno luogo nella cornice rinascimentale della città, all'interno degli antichi palazzi lucchesi.

I padiglioni in cui sono allestite le esposizioni, prendono gli stessi nomi delle piazze, delle strade e dei palazzi della città in cui sono stati collocati e, per

² Negozi specializzati nella vendita di fumetti.

³ I due autori hanno già lavorato insieme nel 2013, per la realizzazione di "Asterix e Pitti" e poi hanno creato questa nuova storia, con l'intento di rispettare i valori di una serie che è soprattutto un patrimonio del fumetto creato da René Goscinny e Albert Uderzo. Questa storia ha avuto come sfondo la Gallia e narra del periodo in cui Cesare era partito da Roma per conferire con i suoi acerrimi nemici.

⁴ Da "Cosplay": abbreviazione delle parole inglesi "costume" (costume) e "play" (recitare, interpretare). Il cosplayer è la persona che indossa il costume e interpreta gli atteggiamenti di un personaggio conosciuto.

quanto riguarda l'edizione 2015, gli stand aperti nei vari punti di Lucca sono risultati oltre 90.

Gli spettacoli teatrali e i concerti sono trasmessi da "Radio Rai 2" per coloro che non partecipano alla manifestazione.

3.1.2. Storia

La manifestazione era stata inaugurata nel 1993 come **Lucca Comics**, ma nel 1996 ha preso il nome di **Lucca Comics & Games** ed è cresciuta di importanza nelle diverse edizioni. Un allestimento particolarmente movimentato è stato quello della primavera del 1994, quando fu ritardata di un giorno l'inaugurazione dell'evento all'interno del Palazzetto dello Sport per motivi di sicurezza. Dalla seconda metà degli anni '90 la manifestazione presenta una modulazione annuale.

Nel 1993 **Lucca Games**, comunque, nasceva già come mostra-mercato e si presentava come punto di riferimento nazionale per il mondo del fumetto e gli altri ambiti legati ad esso. Se inizialmente l'obiettivo era quello di dare spazio ai settori del gioco e del fumetto, sin dalle sue origini si caratterizzava per l'esistenza di iniziative volte ad aggiungere attrattiva per il pubblico. Per analizzare in maniera più approfondita questa considerazione è bene precisare che, con il passare degli anni, viene introdotto un sempre maggiore numero di attività come concorsi, tornei e aree dedicate, regolate direttamente dall'organizzazione. Esempi di questi tipi di intrattenimento possono essere: trofeo Grog (per la colorazione di miniature); Giochi di Ruolo Senza Frontiere e Ruolimpiadi (1995); spazio Performance dedicato alla pittura dal vivo da parte degli artisti ospiti (1998); Independence Bay: area dedicata all'autoriproduzione (2000); Lucca Model Contest: concorso di modellismo per attrezzatura derivata dal mondo del gioco, del fumetto e del cinema fantascientifico (2002).

Verso la fine degli anni '90, con l'incremento e l'evoluzione del giro d'affari dei giochi di ruolo e dei videogiochi, la sezione Lucca Games ha talmente aumentato l'importanza nell'ambito della fiera, per spazi espositivi ed

attrattiva di pubblico, tale da consentire, nel 2000, di assumere la denominazione di **Lucca Comics and Games**.

A partire dall'edizione 2006, in occasione del quarantesimo anniversario della nascita della manifestazione, la collocazione di tutta la fiera è stata spostata dal polo fieristico di Via delle Tagliate verso il centro della città e parzialmente all'interno della cinta muraria lucchese.

Nell'anno 2008 hanno debuttato:

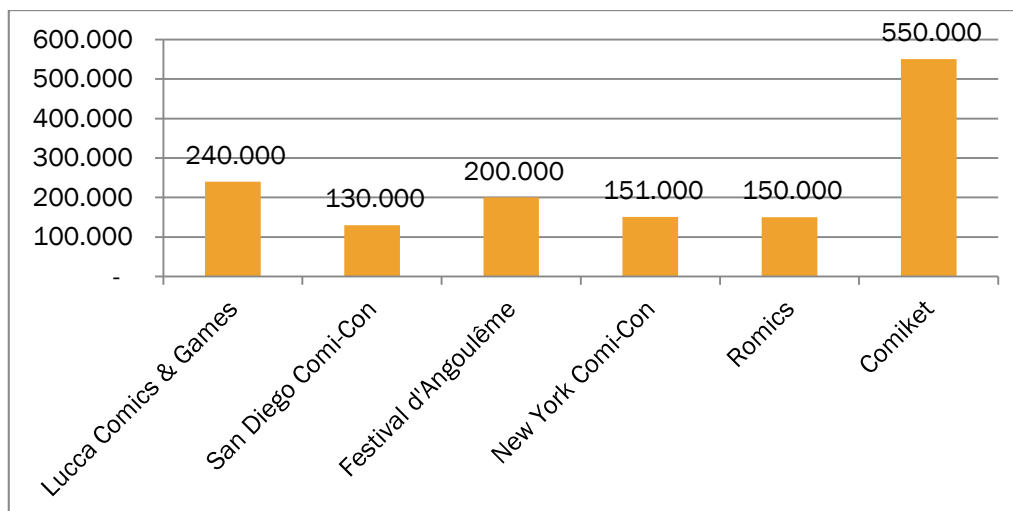
- *Lucca Games Editional*: nuova sezione che raccoglie i seminari e le attività didattiche dell'evento;
- *Prototype Review Corner*: permette agli autori appassionati di presentare, anche ad editori, un prototipo di gioco da loro sviluppato.

Nel mese di luglio del 2015 si è svolta la prima assemblea di Lucca Comics and Games s.r.l. dopo la fusione per l'incorporazione di Lucca Fiere & Congressi S.p.A. L'assemblea ha costituito il nuovo consiglio di amministrazione della società, nominando come presidente Francesco Caredio e mettendo al suo fianco Marco Terigi (ex presidente della Lucca Fiere S.p.A.) come uno dei consiglieri. La scelta dell'Amministrazione Comunale è stata compiuta soprattutto per non disperdere le professionalità accumulate negli ultimi anni. Secondo quanto affermato dal sindaco Alessandro Tambellini, «La fusione tra le due società avrà effetti positivi per tutto il territorio: il festival annuale di Lucca Comics & Games resterà all'interno del centro storico, che costituisce per esso lo spazio ideale. Alla struttura di Sorbano, oltre agli eventi già calendarizzati come il MIAC, saranno programmati nuovi appuntamenti»⁵. Inoltre si prevede un recupero del museo del Fumetto di Piazza S. Romano, attualmente chiuso.

Il Grafico 5 mostra un confronto tra "Lucca Comics & Games" e le principali manifestazioni fumettistiche che si svolgono ogni anno in altri paesi del mondo. I dati relativi alle affluenze turistiche sono aggiornati al 2014.

⁵ Affermazione di Alessandro Tambellini, sindaco di Lucca.

Grafico 5: Un confronto con le principali manifestazioni del settore al 2014⁶



L'esposizione inizia ad essere la seconda fiera di fumetti frequentata al mondo dopo il *Comiket di Tokio*. Seguono il *Festival International de la Bande Dessinée⁷ d'Angoulême*, il *Comi-Con di New York* con 151.000 visitatori, il *Romics* (Roma) con un totale di 150.000 ospiti e il *Comi-Con di San Diego* con 130.000 visitatori.

3.1.3. Aree della fiera

- *Lucca Comics*: l'area Comics è la sezione principale della fiera e accoglie tutto ciò che riguarda direttamente il fumetto e l'animazione internazionale.

Grazie all'importanza della manifestazione è tale che, ogni anno, partecipano quasi tutte le case editrici nazionali specializzate oltre agli espositori, ai rivenditori e ai negozi del settore.

La collocazione all'interno delle mura urbane, è suddivisa in diverse zone: Piazza Napoleone (Figura 14), Piazza San Martino, Piazza del Giglio, Piazza San Giovanni e Corso Garibaldi. Inoltre, in Piazza del Collegio, presso l'ex Real Collegio, era allestito il Japan Palace, uno dei punti più importanti della fiera nel suo complesso il quale,



Figura 14:
Lucca Comics

⁶ Da "Cineguru.biz".

⁷ Termine francese che significa "fumetto".

nell'edizione 2014, è stato trasferito nell'area di Piazza S. Francesco a causa dell'enorme affluenza di pubblico che era arrivata al suo interno, soprattutto nell'anno 2013. In questa area sono organizzati numerosi eventi e "showcases"⁸ legati al mondo del fumetto e, durante l'edizione 2015, si è avuta la presenza del gruppo Bandai (con Sailor Moon, Dragon Ball, One Piece e Lupin) che, dopo il successo del 2014, ha esposto un padiglione dedicato ai suoi prodotti. E' da considerare di grande affluenza turistica anche l'Area Self, all'interno della quale si svolgono le autoproduzioni e i progetti amatoriali⁹, ospitati presso il padiglione Passaglia di piazza Napoleone.



Figura 15: Lucca Games

Nell'edizione del 2013 è stata aggiunta anche la sezione Comic Artist Area, una zona in cui, gli artisti e i disegnatori professionisti, possono disegnare e dialogare nello stesso tempo con il pubblico. Questa edizione è stata positiva, caratterizzata dal massimo ampliamento dell'offerta delle esposizioni; inoltre, essendo stata iniziata una politica di contenimento dei disagi legati alla logistica¹⁰ che si erano verificati nel 2012, la manifestazione di questa edizione è stata particolarmente entusiasmante.

Ci preme porre in evidenza, inoltre, che per l'edizione 2014, la Villa Bottini, acquistata nei primi dell'800 da Elisa Bonaparte, è stata trasformata nella «Villa degli Assassini»¹¹. È divenuta un punto di ritrovo, soprattutto con lo scopo di celebrare l'uscita di Assassin's Creed Unity, quarto titolo della serie campioni d'incassi targata Ubisoft. Nei quattro giorni sono state svolte una serie di attività

⁸ Termine inglese che significa "vetrine", "esposizioni".

⁹ Relativi agli amatori, cioè ai dilettanti in senso ampio e quindi non ai professionisti.

¹⁰ Problemi legati alla gestione del personale di supporto (non dei collaboratori diretti delle sezioni), della cartellonistica, della gestione di servizi come il magazzino, di allestimenti speciali e allo svolgimento di attività di supporto per le altre sezioni dove necessario.

¹¹ Fonte: <http://www.luccacomicsandgames.com/it/2014/games/news/il-mondo-di-assassins-creed-unity-a-villa-bottini/>.

ludiche, artistiche e di intrattenimento, tutte basate sulla saga di Assassin's Creed.

Tra le attività di maggiore rilevanza è stata allestita una mostra tributo, composta da circa cinquanta opere, interpretata da artisti che hanno concesso un proprio personale tributo alla sede. È stato veramente interessante anche il Fan Art Contest, in cui i protagonisti sono stati i fan di Assassin's Creed ai quali è stato chiesto di interpretare e tradurre in maniera artistica la loro personale visione sulla serie.

Si sono svolte, inoltre, sfilate di cosplay, dove sono state premiate le migliori reinterpretazioni in termini di costumi e oggetti legati alla saga, per tornare al lato artistico del gioco con una sessione di "Live Painting", dedicata ad Assassin's Creed Unity, che ha preso spunto dalla Rivoluzione Francese.

Le zone del centro storico coinvolte nell'area Comics per l'edizione 2015 sono state anche le seguenti:

- Il padiglione in Piazza Bernardini, che è stato destinato a "Sky Atlantic" con le serie "Il Trono di Spade", "Gomorra" e "Shannara The Chronicles". In tale zona è stato collocato anche uno stand di Sanrio, la "casa" di Hello Kitty.
- Il Baluardo Santa Croce, con le attività di Umbrella Italian Division;
- La piattaforma San Frediano, dove ha preso corpo l'esercito di "Guerre Stellari";
- I Musei Nazionali di Villa Guinigi e Palazzo Mansi, che hanno ospitato rispettivamente l'esposizione "Evangelion Exhibition" e la mostra su Sergio Bonelli. Il Museo di Villa Guinigi ha ospitato anche la "Geek Art", con la quale «più artisti digitali hanno costruito manifesti dedicati al viaggio fantastico»¹².

Sempre per l'edizione 2015, è stata allestita anche una mostra fuori dal centro di Lucca: si tratta di "L'Orlando...curioso", ospitata nella Fortezza di Mont'Alfonso a Castelnuovo di Garfagnana, un'intuizione

¹² Affermazione di Emanuele Vietina, vicedirettore di Lucca Comics and Games.

dell'amministrazione di Castelnuovo che ha anticipato le celebrazioni per i 500 anni de "L'Orlando Furioso", poema cavalleresco di Ludovico Ariosto. I festeggiamenti cadranno nel 2016 ed è stato instaurato un importante rapporto con il Lucca Comics.

L'esposizione è stata articolata sui due piani della sala degli archi: al piano terra le vedute d'insieme che raccontavano la storia di Orlando; al secondo piano i disegni fantasy, le miniature dei cavalieri e uno spazio dedicato alla fantasia dei visitatori. Questa iniziativa è stata giudicata positiva dal sindaco Andrea Tagliasacchi, dall'onorevole Raffaella Mariani, dal delegato della Fondazione BML Pietro Paolo Angelini, dalle figuranti della Compagnia dell'Ariosto e dal duo che dirige il Lucca Comics and Games. L'allestimento è ispirato all'episodio del Castello di Atlante da "L'Orlando Furioso" per un riconoscimento allo scrittore, che fu governatore della Garfagnana dal 1522 al 1525 per il ducato estense. I lavori sono stati pubblicati in un volume di accompagnamento messo in vendita.

Anche a Capannori è stata allestita una mostra, dal titolo "Fumetti in cucina", con lo scopo di far immergere lo spettatore in una sorta di "viaggio" alla scoperta delle abitudini culinarie dei protagonisti di strip e vignette famosi. L'esposizione è stata aperta venerdì 16 ottobre 2015 nella sede del centro culturale Athena e, in tale occasione, lo chef stellato Cristiano Tomei del ristorante "L'Imbutto", ha raccontato come il cibo fosse una costante in tutti i cartoni animati. Come esempi sono stati riportati: la torta di mele di Nonna Papera, il sushi citato nei manga giapponesi e le banane dei "Minions". Con questo Tomei ci consente di comprendere che gli spunti offerti dai fumetti, anche per sbizzarrirsi tra i fornelli, sono infiniti. Ad Athena è stato possibile osservare anche i personaggi di carta alle prese con la tavola (per maggiori informazioni si veda appendice).

La mostra è rientrata nelle iniziative "Live in Capannori" legate alla manifestazione e non sono mancate le strisce dedicate ai personaggi più famosi, alcuni di essi identificati con un alimento (es: spinaci per

Braccio di Ferro, carote per Bugs Bunny ecc...). È da ricordare, inoltre, che il "manuale di Nonna Papera", nel 2015, ha festeggiato i 25 anni dalla sua prima pubblicazione.

Da Paperopoli a Capannori sono arrivate alcune pagine degli albi a fumetti che raccontano le vicende del mondo immaginario dei Paperi, compresa l'arte culinaria di Grandma Duck. Nel manuale le ricette sono ispirate a figure storiche o mitologiche (es: budino di Ulisse, pasticcio di Cleopatra, merenda di Linneo...). Inoltre, tra gli eventi capannoresi legati ai Comics, si è avuta una esposizione, intitolata "Un maestro dallo spazio profondo", all'interno della quale sono state collocate copertine di libri realizzate da Maurizio Manzieri, uno dei maggiori illustratori della narrativa fantastica internazionale. L'esposizione è stata allestita nella sede del Comune di Capannori.

I giorni 19 e 20 marzo 2016, invece, al Polo Fiere di Sorbano, si terrà la mostra-mercato "Collezionando", dedicata esclusivamente ai fumetti da collezione. È nata in collaborazione con l'Associazione Nazionale Amici del Fumetto e dell'Illustrazione (ANAFI) e si tratta di un omaggio al fumetto, nel cinquantesimo anniversario della nascita della fiera lucchese. Per il collegamento con il centro storico saranno messe a disposizione navette gratuite e un sistema di pista ciclabile funzionante perché in centro saranno programmate mostre, incontri e proiezioni.

Si tratta di una prova generale della estensione con il coinvolgimento anche del Polo Fiere.

Il Sindaco di Lucca, Alessandro Tambellini, ha espresso la sua opinione riguardo alla fusione tra il Lucca Comics e il Polo Fiere: infatti l'ha definita «una scelta che permetterà a tutta l'area di essere valorizzata nel modo più opportuno, con manifestazioni che non siano legate solo ai Comics e ai Games»¹³

- *Lucca Games* (Figura 15): Per la sua posizione nel panorama nazionale, l'area attrae un numero molto alto di espositori, soprattutto

¹³ Affermazione di Alessandro Tambellini, Sindaco di Lucca.

collegati alla cultura ludica, fantastica e fantascientifica. Il padiglione è situato in quella zona delle mura dove, tanti anni fa, era presente il "Campo Balilla"¹⁴.

Tra gli espositori di Lucca Games possiamo menzionare: autori ed editori di giochi, rivenditori di giochi e negozi specializzati, associazioni e realtà indipendenti, artisti ed artigiani.

All'interno di questa sezione, oltre agli appuntamenti proposti dagli standisti, sono organizzati eventi legati al mondo del gioco come tornei, concorsi e seminari. Come esempi di

questi tipi di attività possiamo riportare: Premio Best of Show (premio per i prodotti più significativi dell'industria del gioco); Premio per il Miglior Gioco Inedito (punta la sua attenzione sugli autori indipendenti e amatoriali); Lucca Model Contest (concorso rivolto al mondo del modellismo); Torneo di Mastering, rivolto agli appassionati di giochi di ruolo; Ruolimpiadi (campionato nazionale italiano a squadre di giochi di ruolo e narrazione); Lucca Games Educational (struttura dedicata a seminari e formazione).



Figura 16: Lucca Music & Cosplay

Inoltre, in Piazzale Verdi, presso l'ex Cavallerizza restaurata, è stato allestito uno spazio per la zona giochi, in particolare per "League of Legends" che, nell'edizione 2014, si trovava nel padiglione Games. Sul prato antistante l'edificio, invece, è stata collocata una struttura trasparente, per completare quella che era l'"Area Games San Donato". In questa ultima è stato sistemato anche il padiglione Halifax con i giochi più recenti mentre, il covo delle gang, è stato posizionato nella Casermetta San Donato. Sempre dell'edizione 2015 è da ricordare l'apertura provvisoria della sortita San Paolino, già

¹⁴ Campo di calcio che era situato fuori dalla cinta muraria lucchese, nella zona tra i baluardi S. Maria e S. Paolino. Deriva il suo nome da un eroico bambino genovese: Giambattista Perasso detto "Balilla" (ci troviamo nel periodo fascista in cui i bambini, fin da piccoli, erano educati all'arte della guerra, ma negli anni post-bellici il campo ha visto battaglie pacifiche come le partite di calcio).

parzialmente ristrutturata, che ha consentito una sorta di "viaggio" nei sotterranei delle mura. Si trova in corrispondenza del Parcheggio Carducci e conduce rapidamente verso Piazzale Verdi e la Cavallerizza.

Inoltre, quest'anno, il Museo della Liberazione di Lucca in Via Sant'Andrea (Palazzo Guinigi), ha ospitato "La guerra solo per gioco", evento che ha visto grandi e piccini sfidarsi a colpi di dadi e strategie, con scenari di combattimento in città o in campagna, con carri armati e fanterie.

Tutte le attività hanno sempre cercato di collocarsi lungo l'asse Carducci- Centro storico, secondo la scelta strategica del 2011 di portare l'eccellenza della proposta "Games & Fantasy" negli auditorium del centro. In questo modo sono state realizzate anche attività allo scopo di aumentare l'impatto della promozione verso il numeroso pubblico del festival. Questo genera, indubbiamente, un aumento dello sforzo produttivo e di tutto ciò che necessita per il monitoraggio degli impianti.

Fuori dal centro storico, invece, nella sala di Piazza Aldo Moro a Capannori, durante l'edizione 2015 si sono svolti sfide e tornei di alcuni titoli come "X-Wing" e "Warhammer 40.000 Apocalisse".

- *Lucca Junior*: rappresenta l'area della manifestazione dedicata al pubblico più giovane e alle scuole. Fino all'anno scorso si trovava all'interno del Cortile degli Svizzeri e, per ogni edizione, è abbinato un concorso per aspiranti fumettisti e giovani disegnatori. L'allestimento del 2013 ha rinnovato con successo la proposta di itinerari che toccano diversi ambiti di comunicazione, mantenendosi soprattutto come importante promotore di proposte culturali, didattiche e di intrattenimento dedicate ai bambini. L'affluenza di pubblico è stata costante nei quattro giorni e, soprattutto il sabato, il padiglione è rimasto vivibile grazie alle aree comuni abbastanza capienti.

Nel 2015, Lucca Junior si è spostato nella zona del Real Collegio e ha festeggiato i suoi primi 10 anni con tante piccole iniziative dedicate ai più piccoli e alle loro famiglie. Tra queste possiamo ricordare:

- "Lego Mania": esposizione della "Lego" al Family Palace: l'area è stata dedicata al mondo del fumetto, del gioco e del grande cinema, con un corner tutto destinato a "Star Wars". Si è avuta anche la possibilità di partecipare all'iniziativa di beneficenza "Dona un mattoncino: Costruisci con noi la solidarietà", al termine della quale sono stati pesati tutti i mattoncini raccolti e, al reparto pediatrico di un ospedale toscano, è stato regalato il doppio del peso in mattoncini Lego nuovi.
- "Vecchi e nuovi giocattoli": al primo piano del Real Collegio, nell'area "Family Games", i bambini e le grandi famiglie hanno avuto l'occasione di incontrare i più grandi editori di giochi da tavolo per ragazzi. Uno spazio particolare è stato dedicato a "Scarty", il gioco di carte sulla raccolta differenziata.
- "Fantasy Village": è stato realizzato, nel terzo chiostro del Real Collegio, a cura dell'associazione La Fortezza e lì sono state organizzate attività di giochi di ruolo dal vivo per i più piccoli e molto altro.
- Padiglione per Peppa Pig, situato nel secondo chiostro del Real Collegio, all'interno del quale sono stati presenti giochi, proiezioni e possibilità di fare foto con la maialina più amata del momento.
- Scrittori e mostre: tra gli scrittori per ragazzi sono stati ospitati Jorge Luján, Fabrizio Silei, Mario Pasqualotto, Pierdomenico Baccalario, Teresa Porcella e molti altri. Per i grandi e piccoli appassionati di disegno e illustrazione è stata ospitata Annalaura Cantone¹⁵ per un incontro/laboratorio.

¹⁵ Nata ad Alessandria nel 1977, insegna illustrazione per l'infanzia nell'Istituto europeo di design a Milano, dove si è diplomata nel 1999. Sono numerose le sue pubblicazioni tradotte all'estero, così come i riconoscimenti nazionali e internazionali tra cui il Premio Andersen 2003, la selezione alla Fiera del libro per ragazzi

In questo stesso anno l'area Junior si è arricchita facendo, del "Family Games", una nuova occasione, in modo che i bambini e le famiglie potessero incontrare i più grandi editori di giochi da tavolo per ragazzi. Sempre nel 2015 anche Unicef Italia ha partecipato alla manifestazione con un padiglione nell'ex Real Collegio. In esso sono state esposte e date in adozione le "Pigotte Dylan Dog", pigotte che riprendono l'immagine del Dylan Dog ideato da Tiziano Sciavi per la casa editrice Bonelli. Queste "opere" sono state create in esclusiva per Lucca Comics e realizzate a mano da volontarie Unicef della Toscana e del Comitato di Sassari. Il ricavato è servito per sostenere i programmi salvavita di Unicef, in particolare in Africa.

- *Lucca Music & Cosplay* (Figura 16): area della fiera dedicata alle esibizioni dal vivo le quali, per l'edizione 2015, si sono svolte sul palco nel Baluardo San Donato (Figura 17). Dal primo pomeriggio fino alla tarda serata vi si esibiscono



Figura 17: Palco della Musica al Baluardo San Donato

gruppi musicali e cantanti, che eseguono sigle dei cartoni animati. Nella zona viene presentata anche la gara Cosplay la quale, negli ultimi anni, si è sviluppata in due giornate dato l'alto numero di partecipanti. E' significativo lo sviluppo dell'anima commerciale nella declinazione Games-Music: essa parte dal Baluardo Santa Maria (Caffè delle Mura), arriva al Baluardo San Donato e presenta lo scopo dell'intrattenimento delle grandi masse nella concezione di eventi ad alta spettacolarizzazione. Sono da ricordare, in modo particolare, il live concert di Cristina d'Avena, dal titolo "Semplicemente Cristina", che si è tenuto il giorno 29 ottobre 2015 e l'omaggio al Festival dei big del Summer in versione fumetto (Figura 18). Durante quest'ultimo Lenny Kravitz si è travestito da Capitan America; Bob Dylan da Dylan Dog e Roger Waters ha indossato la divisa di Sturmtruppen. Si è trattato delle caricature con le quali il Lucca Summer Festival ha partecipato

di Bologna 2002, 2004 e 2005, alla Biennale di Bratislava 2003, all'American society of illustration di New York e alla fiera Tibe di Taiwan e Taipei (2004).

per la prima volta al Lucca Comics. I manifesti con i big della musica sono stati appesi sulle vetrate della "sede" del Summer Point.

Il Baluardo San Paolino, invece, è stato "lasciato" a "The Citadel", la più grande sezione fieristica, in Europa, dedicata al gioco di ruolo dal vivo e alla ricostruzione storica. Si tratta di una delle novità più rilevanti dell'edizione 2015, un cambio di location che ha



Figura 18: Omaggio al Festival dei big del Summer in versione fumetto

contribuito a ridisegnare la geografia dei padiglioni dell'evento, puntando ad una espansione che ha riguardato, soprattutto, la zona di Piazzale Verdi. Infatti, secondo un articolo pubblicato sul quotidiano "Il Tirreno" del giorno 25 ottobre 2015, il forte disagio tra i cittadini coinvolti aveva portato ad una raccolta di firme e ad un esposto presentato in Comune, in cui si metteva in evidenza la criticità della posizione del palco e si richiedeva l'abbassamento dei decibel e il rispetto degli orari elencati nell'autorizzazione. Con questa novità si vuole dimostrare che i cittadini hanno trovato ascolto e sono state adottate misure con equilibrio tra le esigenze commerciali e quelle di chi risiede. Inoltre, il Baluardo San Paolino, è stato dedicato alle serie TV maggiormente seguite. "Medio Evo" ha allestito una sala d'armi con una grande esposizione delle spade, armature ed accessori più ricercati. Un'altra area, invece, è stata trasformata nel negozio di "Harry Potter", dove ognuno ha potuto trovare la sua bacchetta magica.

Allo scopo di consentire al pubblico di "vivere" la manifestazione, la "Japan Town" è rimasta nel quartiere di San Francesco, ma per ampliare l'area è stato allestito un nuovo padiglione in Via dei Bacchettoni.

All'interno del Giardino degli Osservanti, nell'ex Caserma Mazzini, sono stati collocati gli stand dedicati ad abiti per cosplay, oggettistica e

tutto quanto organizzato da Sol Levante, anche con la presenza di padiglioni dedicati ad espositori internazionali importanti.

In questa zona sono stati disposti spazi abbastanza grandi, per consentire al pubblico una vita più tranquilla; è stata allestita una sala workshop dove si sono tenuti mostre ed incontri con gli ospiti e non è mancato il ManGiappone.

Una ulteriore novità del 2015 è stata rappresentata dall'arte inventata dalla famiglia Marziani di Livorno: sono state progettate e costruite una serie di maschere, tutte incentrate sui bimbi e assemblate con materiali di recupero a costi irrilevanti (tappi di bottiglia, scolapasta rotti, flaconi di Danacol vuoti e tubi delle patatine). Infatti «Le maschere che si comprano nei negozi costano parecchio e spesso sono grossolane: a volte ci vuole un po' per riconoscere quel supereroe o quella principessina»¹⁶.

Spostando la nostra attenzione anche fuori del centro storico, possiamo affermare che a Capannori, il giorno 24 ottobre, in collaborazione con Radio Animati, il teatro Artè è diventato il set di uno spettacolo live di grande attrazione, che ha proposto la rivisitazione di famose sigle TV nell'ambito di "Lucca Comics & Games-Live in Capannori". Nel concerto si sono esibiti il coro gospel "Voice of Heaven Gospel choir" e la "Db Days band".

- *Lucca Movie, Comics and Games*: l'area è stata inaugurata nel 2011 ed è dedicata al mondo del cinema. Nel 2013 ha ottenuto una presenza più completa rispetto ai primi anni perché, oltre che nel loggiato di Palazzo Pretorio, è stata installata anche in Piazza San Michele, diventando una specie di "Area movie" con una più ampia offerta. La zona ha visto una grande partecipazione di pubblico, coinvolgendo i cinema Astra e Centrale e ospitando ben 20 appuntamenti tra proiezioni di contenuti esclusivi e vere e proprie anteprime.

Per l'edizione 2015, invece, sono stati presentati:

¹⁶ Frase di Ilaria, madre dei due figli della famiglia Marziani di Livorno.

- Un'anteprima del film "Snoopy and Friends", diretto da Steve Martino, che ha rappresentato un affresco dei Peanuts con una meravigliosa animazione in 3D.
- Una mostra, dal titolo "Snoopy and Friends-Peanut Experience": ha avuto luogo all'interno della Chiesa dei Servi e il pubblico ha colto l'occasione per osservare l'evoluzione dei personaggi.
- Per i più piccoli l'anteprima di "Pan, viaggio sull'isola che non c'è": si è trattato della rivisitazione del classico Peter Pan di Barrie, che ha portato sul grande schermo l'origine della leggenda del bambino che non vuole crescere.
- La commedia "Lo chiamavano Jeeg Robot", nel cui segno si è avuta la presenza dei giovani protagonisti di Belli di Papà, con Diego Abatantuono.
- "Il Piccolo Principe" di Mark Osborne
- "The Eightful Eight", nuovo film di Quentin Tarantino che torna al genere western.
- Il padiglione "Warner Bros", collocato in Piazza San Michele, dove è stato possibile ammirare i costumi originali della serie TV "Arrow" e una esposizione dei mantelli di Batman.
- Anteprima nazionale di "Tales of Halloween", antologia horror che, la notte del 31 ottobre, è stata accompagnata dall'Halloween Night in Piazza S. Michele.
- Sempre in Piazza San Michele è stata riprodotta la "Stanza delle Armature", come appare nel terzo film della trilogia dedicata ad "Iron Man", supereroe della scuderia Marvel.
- Cartoni animati per i più piccoli presso il bookshop del Puccini Museum: durante la manifestazione, all'interno del Museo Puccini (Piazza della Cittadella), sono stati proiettati episodi selezionati dalla serie "L'arte con Mati e Dadà" (la prima una bambina con la passione per il disegno e la creatività e il secondo un personaggio capace di viaggiare nel tempo). Il

cartone animato è stato in grado di avvicinare i più piccoli alla storia dell'arte e all'educazione dell'immagine.

- Spettacoli, al Teatro del Giglio, in cui si sono esibiti musicisti e doppiatori di film TV nei racconti delle serie più apprezzate, come "Harry Potter" e "Il Signore degli Anelli". In questo stesso teatro, nel 2015, si sono esibiti anche il comico Greg con la sua band "The Frigidaire" ed Alex Braga della popolare trasmissione "610", che hanno dato vita ad uno spettacolo unico, fatto di musica anni cinquanta, comicità e divertimento.
- Nell'Auditorium San Martino si è avuta la presentazione del film "L'armata di Brancaleone", di Monicelli.
- Massimo Cirri e Sara Zambotti, conduttori di "Caterpillar"¹⁷, che dal Museo della Zecca hanno raccontato a modo loro i Comics, coinvolgendo pubblico e artisti.
- Mamoru Oshii, maestro del cinema, ospite d'eccezione a Lucca per presentare, in anteprima nazionale, venerdì 30 ottobre, "Game Wars", che recupera temi come la ricerca dell'identità individuale in un contesto di guerra e di mistero.
- Emanuela Pacotto (si veda appendice), che è diventata attrice protagonista di "Censors", primo web movie live action italiano ispirato ad anime e mangs, il quale è stato presentato in anteprima mondiale nell'area "Japan Town".
- "Live in Capannori" ha previsto anche proiezioni, spettacoli e giochi di ruolo dal vivo, che si sono svolti al cinema-teatro Artè e a Villa Mazzarosa a Segromigno in Monte.

Una ulteriore novità, per quanto riguarda l'edizione 2015, è stata quella relativa al 31 ottobre: in tale data, infatti, i padiglioni sono rimasti aperti fino alle 21 e, la decisione, è stata presa soprattutto per garantire ai visitatori maggiore possibilità di orari di partenza, cercando di evitare il

¹⁷ Una serata di teatro, musica, danza e arti circensi che si fondono in uno spettacolo comico, poetico ed emozionante.

sovraffollamento che, nell'edizione 2014, aveva "mandato in tilt" la stazione ferroviaria.

3.1.4. Analisi SWOT

- *Strenghts:*
 - Affluenza di pubblico di alto livello culturale che non crea problemi di sicurezza per la città, ma si reca a Lucca solo per coltivare una passione e arricchire conoscenze specifiche. L'evento promuove la socializzazione da qualsiasi punto di vista: in questo modo, persone appartenenti a Paesi con usi e costumi diversi, invece di generare discussioni e violenza si incontrano per dedicarsi alle passioni comuni. Se lo stesso numero di persone si fosse registrato per un evento sportivo, la città sarebbe stata sicuramente oggetto di atti vandalici e impatti ambientali negativi.
 - Impatti economici: le entrate per le strutture ricettive (hotel, ristoranti..) e per i negozi aumentano notevolmente e creano conseguenze economiche positive non solo nel comune di Lucca, ma anche in quelli limitrofi.
 - La manifestazione crea nuove opportunità di lavoro per i giovani che costituiscono lo staff e non solo. Infatti, durante la mostra, sono aperti anche dei "temporary store", che consentono anche di avere maggiori entrate da un punto di vista economico. Per quanto riguarda l'apertura di questi negozi, il termine per presentare la S.C.I.A. (Segnalazione Certificata di Inizio Attività), per il 2015, è stato fissato per il 30 settembre, in modo da «avere il tempo di fare tutti i controlli igienico-sanitari, indispensabili per questo tipo di attività»¹⁸. Delle sedici richieste presentate, dieci sono state per l'apertura

¹⁸ Affermazione dell'Amministrazione Comunale di Lucca.

di un esercizio alimentare e sei per l'avvio di esercizi di somministrazione.

- Promozione turistica: Le persone che affluiscono a Lucca per visitare la fiera osservano anche la città e in questo modo contribuiscono a diffondere la sua immagine turistica in Italia, in Europa e anche nel mondo. Inoltre, anche la presenza di un padiglione riservato ai bambini, favorisce in particolare il turismo “familiare”¹⁹.
- La manifestazione introduce un altro tipo di letteratura, che non è quella classica del "libro", ma quella del fumetto e anche i "giochi di ruolo" potrebbero essere intesi come un diverso tipo di rappresentazione "teatrale".
- L'evento porta nella città personalità importanti dal punto di vista artistico-letterario: illustratori, artisti 3D, scrittori game designer, ideatori di giochi che presentano i loro lavori e interagiscono con il pubblico.
- La mostra “Lucca Comics & Games” non termina con l'ultimo giorno della manifestazione, ma durante l'anno, tramite i social network, le persone che si sono conosciute durante il periodo dell'esposizione, combinano incontri sempre a Lucca e quindi incrementano anche il turismo nei tempi “morti”.
- Presenza di location e attività gratuite: come esempio possiamo riportare tutte quelle che si svolgono sulle Mura, da "The Citadel" al "Family Palace" passando per il palco, ma anche le sale conferenze nel centro storico, la self area, la "Comics Artist Area", le sale cinematografiche e le mostre a Palazzo Ducale.

- *Weaknesses:*

- Lentezza nello scorrimento del traffico e parcheggi caratterizzati dalla scarsa presenza di navette per lo spostamento verso la mostra.

¹⁹ Formula turistica in cui il vitto, l'alloggio, le attività ricreative e i prezzi sono adattati in modo specifico alle esigenze e ai criteri di comfort delle famiglie con bambini.

- Presenza di lunghe code per entrare negli stand, specialmente nell'area Games in cui si reca il maggior numero di visitatori e la quale, nell'edizione 2014, era stata presa d'assalto rendendo difficile la permanenza dei visitatori all'interno della medesima.
 - Presenza di code molto lunghe anche alle biglietterie (quest'anno, però, non c'è stato più il biglietto unico da 16 euro, bensì prezzi differenziati a seconda dei giorni, con biglietti più cari nei giorni di maggiore afflusso).
 - Intasamento delle linee dei telefonini: impossibilità, da parte delle persone, di comunicare tramite cellulare.
 - Problema dei rifiuti che, con l'elevatissimo numero di presenze, aumentano (normalmente il centro storico presenta circa 8.500 abitanti e il comune ne presenta 87.000).
 - Problemi per i residenti del centro storico, che hanno a disposizione un basso numero di stalli di parcheggio, e per le persone anziane, le quali incontrano difficoltà nel muoversi all'interno delle strade del centro così tanto affollate.
 - Un problema importante si può riscontrare anche nel caso di Piazza S. Michele la quale, anche a causa di altre manifestazioni, è stata danneggiata nella pavimentazione.
- *Opportunities:*
 - Per ovviare alla lentezza degli scorrimenti è presente la previsione di aumentare il numero di vigili che regolino il flusso di auto, soprattutto nelle vicinanze dell'area Games (la locazione è indicata sulla mappa nella Figura 19). Già nell'edizione 2013 è stato rafforzato il servizio e, per l'edizione 2015, sono stati impiegati 80-90 vigili al giorno nelle giornate di giovedì, venerdì e domenica. Inoltre è bene che venga aumentata la frequenza delle navette dai parcheggi al centro storico, anche se il problema della velocità di esse è legato allo scorrimento del traffico.



Figura 19: Mappa di "Lucca Comics & Games" e posizione dell'area Games

- Controlli, da parte della Polizia municipale, per far fronte a fenomeni e personaggi che si rivelano spiacevoli per i turisti in vista della manifestazione (es: parcheggiatori abusivi, venditori senza licenza ecc...). Infatti, nel 2015, sono stati trovati:
 - Nell'area di Via Paolini, Via Roosevelt e Via Oberdan un parcheggiatore abusivo intento a vendere merce senza autorizzazione;
 - In Piazza Santa Maria quattro parcheggiatori abusivi;
 - In Piazza San Ponziano una persona a cui sono stati elevati verbali per parcheggiatore abusivo e vendita itinerante in una zona interdetta e senza autorizzazione.
- Suddivisione dei cittadini lucchesi in una serie A, ai quali tutto può essere concesso, e una serie B che, per prendere in gestione una struttura pubblica, devono pagare il corrispettivo previsto. Ad esempio, nell'edizione 2015, è stata condannata la concessione gratuita del Carmine che il Comune ha rilasciato, per consentire lo svolgimento del "Borda! Fest", a gruppi che si sono resi protagonisti di occupazioni abusive delle madonne Bianche, dell'Agorà e del Sant'Agostino.

- Mobilitazione dei volontari della Croce Verde: il loro impegno è importante perché garantisce sicurezza e tranquillità a tutti i partecipanti all'evento. Nell'edizione 2015 sono state schierate più di 150 persone e sono stati presenti 44 equipaggi per le ambulanze. Alla fiera, inoltre, non sono mancati un punto temporaneo di soccorso, gestito dai volontari della Protezione Civile con operatori sanitari, e un punto emergenza territoriale attivo 24 ore su 24. È stato importante anche l'apporto dei dipendenti del centralino e del settore amministrativo, fondamentali nel coordinamento delle squadre di soccorso.
- Estensione della Zona a Traffico Limitato (ZTL) a tutto il centro storico: questa misura è stata adottata per l'edizione 2015: gli stalli blu per la sosta sono stati messi a disposizione dei residenti e, per il periodo della manifestazione, è stata confermata la chiusura di Viale Carducci. Hanno costituito eccezione al divieto solo i veicoli già autorizzati all'accesso alla ZTL, i mezzi di trasporto pubblico (limitatamente all'accesso al terminal bus di Piazzale Verdi e Piazza Santa Maria), i veicoli diretti alle case di cura, alla Curia Arcivescovile, alle strutture ricettive, ai garage a pagamento o privati. Sono cambiati anche alcuni sensi di marcia: ad esempio, in Via Nottolini è stato istituito il senso unico dall'ingresso della stazione fino a Via Urbicciani. Probabilmente si tratta della novità maggiore del piano della viabilità e della sosta, approvato dal Comune per fronteggiare l'invasione di un gran numero di persone. Durante la manifestazione sono state chiuse ai non autorizzati: Porta Elisa, Porta San Jacopo, Porta Santa Maria e porta Sant'Anna. Porta San Pietro non è stata resa accessibile a nessun tipo di veicolo, durante l'orario della fiera, eccetto quelli di emergenza.
- Per l'edizione 2015 è stato aumentato il numero di porte del padiglione "Games", che sono risultate in tutto 20, per motivi di sicurezza. Per non creare problemi riguardo agli spazi

utilizzabili dagli espositori, alcuni stand dei Games sono stati spostati all'interno di padiglioni, dedicati a espositori internazionali rilevanti, allestiti all'interno dell'edificio dell'ex Cavallerizza, in Piazzale Verdi e anche sul Baluardo San Paolino. Questa iniziativa ha contribuito a limitare la grande ondata di visitatori che si era presentata durante la scorsa edizione.

- Quest'anno, per quanto riguarda l'intera manifestazione, è stato previsto un allargamento degli spazi fieristici, con lo scopo di rendere l'evento maggiormente vivibile, consentendo ai numerosi turisti che arrivano a Lucca di poter visitare i padiglioni in condizioni di sicurezza. A questo proposito si ricordano le parole del Sindaco, Alessandro Tambellini: «L'acquisizione della parte di spalti occupata dai vivai è una delle azioni che l'Amministrazione deve compiere per dare integrità agli spalti»²⁰.
- Potrebbero essere effettuati anche dei "biglietti a orario", come avviene in alcuni musei (es: Uffizi) o in parchi divertimenti (es: Disneyland Paris²¹).
- Aumentare il numero delle biglietterie e dislocarle in corrispondenza di ogni porta di accesso al centro storico. Per l'edizione 2015 sono risultate cinque, di cui una situata in Piazzale Ricasoli davanti alla stazione, la seconda in Piazza Civitali alle ex officine Lenzi e la terza in Piazza Santa Maria.
- «Tetto giornaliero di accessi per evitare il caos»²²: questa misura è stata adottata, per l'edizione 2015, riguardo alla vendita dei biglietti: il pubblico, quindi, si è dovuto affrettare ad

²⁰ Affermazione di Alessandro Tambellini, Sindaco di Lucca.

²¹ Centro di divertimenti situato a Marne-La-Vallée, vicino a Parigi, e formato da due parchi a tema Disney: Disneyland Park e Walt Disney Studios Park. Nel 1993 i visitatori del Resort erano 8,9 milioni, nel 1994 9 milioni, nel 1997 12,6 milioni, nel 2002 13,1 milioni, nel 2007 14,5 milioni, nel 2010 15 milioni. Nel 2012 il parco segna il record di frequenze con 16 milioni; nel 2013, invece, registra un leggero calo con 14,9 milioni.

²² *Un tetto giornaliero di accessi per evitare il caos*, «La nazione», 20 ottobre 2015, 1, p. Lucca 7.

acquistare il biglietto online per avere maggiore sicurezza dell'accesso ai padiglioni in centro storico. La decisione è stata adottata dagli organizzatori per dare, a chi acquistava il biglietto giornaliero o l'abbonamento a due, tre o quattro giorni, la possibilità di visitare i padiglioni con maggiore tranquillità.

- Installare antenne provvisorie per la telefonia mobile.
- La rassegna 2015 è stata controllata grazie a "The Guardian", una unità di gestione e supporto di tecnologie avanzate per la protezione temporanea di grandi aree strategiche. Il sistema è stato collocato a Lucca, a sostegno delle forze dedicate alla vigilanza e alla sicurezza del territorio. È dotato di tecnologie all'avanguardia e, grazie ad una torre centrale telescopica, può salire fino a 13,70 metri; permette l'utilizzo di strumentazioni come radar, proiettori a infrarossi e led, apparati per le telecomunicazioni, sensori ambientali, segnali di controllo. Gli strumenti sono stati collocati:
 - nei pressi del Caffè delle Mura, per un videocontrollo che ha raggiunto Piazza S. Salvatore e gran parte della zona sud delle mura urbane;
 - nei pressi del Baluardo San Frediano;
 - nel Giardino degli Osservanti;
 - all'interno del padiglione Games.

Il dispositivo è anche in grado di generare un'ampia nuvola wi-fi, consentendo quindi di decongestionare le celle telefoniche dall'elevatissimo traffico dati.

- Aumento della frequenza della raccolta dei rifiuti da parte del Sistema Ambiente; presenza di un maggior numero di contenitori per la raccolta differenziata (alcune misure riguardo a questa iniziativa sono già state adottate).
- Per l'edizione 2015, la pulizia delle strade dai rifiuti è stata prevista in orario notturno.

- Per i turisti: la partecipazione alla manifestazione può risultare un punto di partenza per una visita alla città di Lucca e al suo patrimonio artistico e storico, ma anche per spostarsi verso le città limitrofe (Pisa, Firenze) e la Toscana in generale con le sue caratteristiche paesaggistiche, culturali e gastronomiche.
 - Durata della mostra: per il 2016 e il 2017 sarà prevista per cinque giorni, anziché per quattro. Secondo Renato Genovese, «Le due prossime edizioni ci consentono di allungare di un giorno la manifestazione perché ci sono possibilità di ponti tra la fine del mese di ottobre e l'inizio di novembre»²³. Anche nelle edizioni passate è successo che la manifestazione è stata prolungata, ma quella del 2016 sarà una edizione speciale, in cui la festa popolare dedicata al fumetto compie 50 anni.
 - Intervento sulla questione del numero chiuso: «È una questione di sicurezza e di rispetto dei visitatori. Non possiamo permetterci l'assalto della scorsa edizione»²⁴.
 - Per l'edizione 2015 il Comune di Lucca ha emanato una specifica ordinanza, la quale ha disposto la chiusura delle scuole dell'istituto comprensivo Centro Storico nei giorni venerdì 30 e sabato 31 ottobre.
- *Threats*: I rischi sono dovuti principalmente all'elevatissimo numero di visitatori:
 - Rischi per la salute dovuti al caldo nei luoghi chiusi e troppo affollati.
 - Anche se i visitatori sono persone pacifiche è presente il rischio di furto.
 - Inquinamento dell'aria per l'elevato numero di auto.
 - Inquinamento ambientale a causa dei rifiuti.
 - Rischio di allerta meteo, come è stato previsto per il primo giorno dell'edizione 2015.

²³ Discorso di Renato Genovese, ospite a "Buongiorno con noi", su Noi TV.

²⁴ Citaz. di Renato Genovese.

- Rimanenza di pochi biglietti da acquistare quando sono istituite soglie massime, come quella giornaliera dell'edizione 2015 di 80.000 paganti.
- Congestione sulle strade, come quella che si è verificata in Viale Carlo del Prete, durante l'edizione 2015, a causa della chiusura di Viale Carducci.
- Possibilità di ritardo dei treni, come quella che si è avuta durante l'edizione 2015: è stato consigliato di recarsi in stazione almeno un'ora prima dell'orario di partenza programmato e, le file per arrivare ai binari 2,3 e 4, sono state fatte da piazzale Ricasoli.

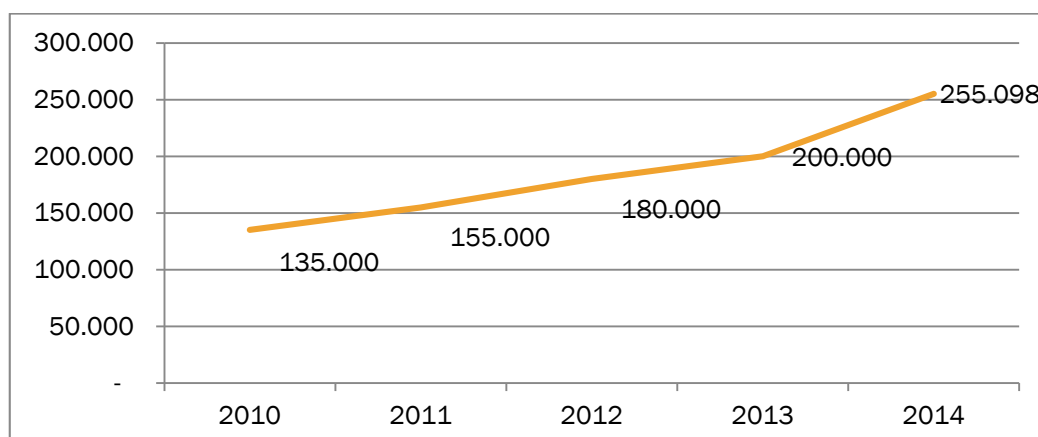
3.1.5. Analisi delle presenze turistiche alla manifestazione "Lucca Comics & Games" in questi ultimi anni

Secondo un articolo, pubblicato il 3 novembre 2013²⁵, la manifestazione di tale anno si è conclusa con 200.000 presenze. Per cercare di comprendere meglio questo fenomeno è bene mettere in evidenza alcuni significativi fattori: quattro giorni di festival, cinque sezioni tematiche, 20 aree del centro storico coinvolte, 80 giornalisti, 700 stand, 500 eventi principali, 800 bambini che hanno preso parte alle attività junior, 1.300 aspiranti disegnatori, 1.600 iscritti alle sfilate Cosplay, 15.000 m² coperti occupati dalla manifestazione e 70.000 presenze registrate venerdì e sabato. A questi numeri sono da aggiungere le 15.000 persone che si sono ritrovate per cantare alcune sigle dei cartoni animati insieme a Cristina D'Avena, allo scopo di festeggiare i 30 anni di carriera di una cantante di grande successo.

A fronte delle 200.000 presenze, l'organizzazione stima che l'affluenza in città sia stata di circa 600.000 visitatori. Il Grafico 6 mostra l'evoluzione delle presenze alla manifestazione dal 2010 al 2014.

²⁵ <http://www.loschermo.it/articoli/view/57833>.

Grafico 6: Evoluzione delle presenze²⁶



Come si può dedurre, il numero di partecipazioni alla mostra è passato da 135.000 nel 2010 a 255.098 nel 2014.

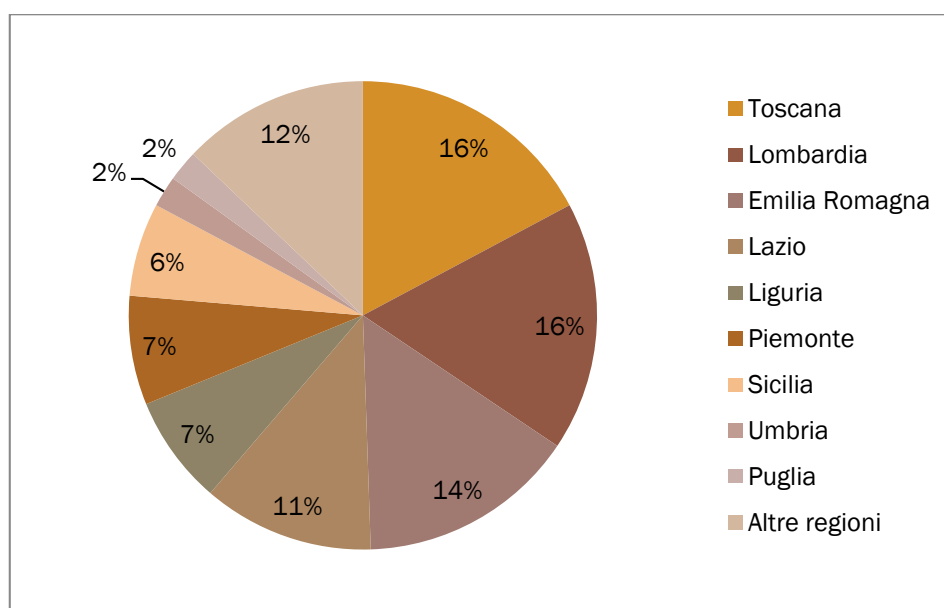
Volendo spiegare nel dettaglio l'aumento verificatosi dal 2013 al 2014, possiamo affermare che, oltre ai visitatori sopra menzionati, si sono avuti 9.200 operatori accreditati e più di 200.000 spettatori in quattro giorni nelle free-area (Area palco, The Citadel, Movie C&G, Self Area, Area Reenactment), per arrivare ad un totale di 490.000 presenze.

Nell'anno 2012, invece, a Lucca Comics and Games sono stati presenti 10.000 operatori accreditati e sono state registrate più di 30.000 presenze al giorno nelle free area: siamo arrivati, quindi, ad ottenere un totale di oltre 320.000 presenze. Per poter approfondire meglio questo fenomeno turistico è bene sottolineare che, nel periodo tra il 2011 e il 2012, nonostante la crisi economica, si è verificata una crescita del 4% del turismo internazionale, la quale è continuata nel 2013.

Il Grafico 7 e il Grafico 8 mostrano la provenienza geografica dei visitatori della fiera a seconda delle regioni italiane e dei grandi centri urbani:

²⁶ Lucca Comics & Games s.r.l., *I risultati della manifestazione*, «Bilancio Sociale e di Sostenibilità 2014», 18, pp.12-14.

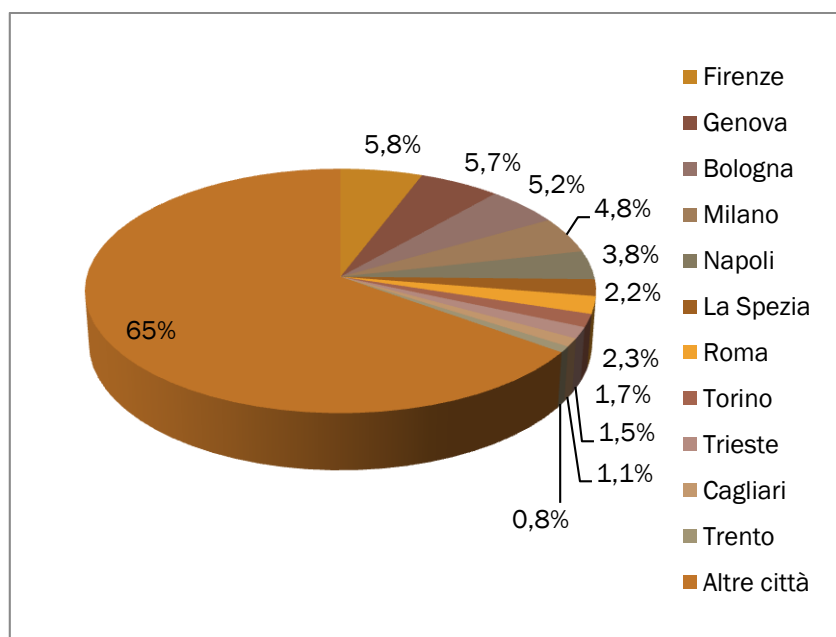
Grafico 7: Provenienza geografica visitatori Lucca Comics & Games: analisi regionale
(base campione: 49.826 unità)²⁷



Come possiamo notare, per quanto riguarda l'Italia, le regioni di provenienza dei turisti in cui si riscontra il maggior numero di partecipanti alla manifestazione risultano essere la Toscana e la Lombardia, ovviamente la prima per motivi di più facile raggiungibilità e la seconda perché molti turisti, soprattutto provenienti da Milano, presentano una grande passione per l'evento. Quelle in cui i visitatori si recano al "Lucca Comics" in misura minore sono la Puglia e l'Umbria, probabilmente anche a causa della lontananza e della minore raggiungibilità.

²⁷ *ibidem*.

Grafico 8: Provenienza geografica visitatori Lucca Comics & Games: aggregazione sui grandi centri urbani (base campione: 49.826 unità)²⁸



Facendo riferimento, invece, alla provenienza dei visitatori dai grandi centri urbani, possiamo dedurre che la maggior parte di essi proviene da città come Firenze, Genova, Bologna e Milano mentre, in misura minore, arrivano da Torino, Trieste, Cagliari e Trento. Possiamo notare, inoltre, un'alta percentuale di visitatori provenienti da altre città: Questa situazione ci consente di comprendere che la manifestazione non ha eco soltanto nei grandi centri, ma l'interesse è distribuito in tutte le città italiane.

3.1.6. Implicazioni sociali della manifestazione

La manifestazione ricopre, indubbiamente, un ruolo fondamentale dal punto di vista sociale: la società trova molti principi di riferimento nel *Codice Etico*²⁹, il quale mette in evidenza soprattutto il rispetto dell'ambiente, dei beni storici e architettonici e il divieto di discriminazione basata in particolar modo sulle razze.

L'organizzazione presenta anche un'ulteriore caratteristica: un enorme potenziale per sviluppare programmi educativi integrati. Stipula, infatti, accordi con operatori culturali, disegnatori e autori di giochi per realizzare

²⁸ *ibidem*.

²⁹ Il Codice è stato approvato dal Consiglio di Amministrazione il 16 dicembre 2008 e fissa i principi sui quali si basa l'attività aziendale.

progetti di supporto didattico per le scuole di ogni ordine e grado. Organizza, inoltre, incontri con esperti e corsi di aggiornamento per giovani interessati a conoscere il fumetto, il gioco e l'animazione, anche per fini didattici ed educativi. Come esempi di queste iniziative possiamo riportare:

- "La sfida per divertirsi sicuramente": percorso dove sono stati coinvolti 170 alunni, della scuola secondaria di primo grado di Lucca e Provincia, in una riflessione sui rischi legati a droghe, alcool e gioco d'azzardo;
- "Educare alle differenze": progetto promosso, dalla Provincia di Lucca, per sensibilizzare i ragazzi al tema delle differenze di genere. Nell'edizione 2015, l'iniziativa è stata presentata al Family Palace, nell'ex Real Collegio, e sono stati presenti gli studenti che avevano partecipato ai laboratori di fumetto e sceneggiatura organizzati con Lucca Comics and Games. I ragazzi hanno parlato delle loro esperienze e insieme a loro si è avuta anche la presenza dei referenti dei centri antiviolenza locali e di associazioni che si occupavano di pari opportunità. Lo stand ha ospitato: laboratori di lettura sulla parità di genere per bambini da 3 a 12 anni; laboratori di animazione video con il regista Francesco Lippi e iniziative dedicate alle scuole. Si sono avuti anche:
 - Nella sala Tobino di Palazzo Ducale la presentazione degli elaborati delle scuole che hanno partecipato ai laboratori del progetto "Educare alle differenze", finanziato dalla Regione.
 - Allo stand della Provincia la premiazione del concorso "Un fumetto per le pari opportunità".
 - Nell'auditorium di San Girolamo si è parlato della scuola nel Sud America nell'incontro "A scuola in Perù-storie di alunni coraggiosi", organizzato dall'Associazione Ceiba con la Provincia.

3.1.7. Misure volte a favorire uno sviluppo sostenibile

Come è già noto a molte persone, "Lucca Comics & Games" rappresenta una risorsa importante e significativa per Lucca e per tutta la Provincia; tuttavia la ricettività del territorio è insufficiente rispetto al gran numero di richieste dei turisti.

Un aspetto che è bene mettere in evidenza è che la nostra città gode di un notevole ritorno sia in termini di immagine sia a livello economico. L'indotto



Figura 20:
Sistemazione del
padiglione Games

risulterebbe di circa 24 milioni di euro, ma il territorio gode di cifre certamente più elevate.

Una misura determinante, per far sì che si verifichi uno sviluppo sostenibile, è la raccolta differenziata: essa è effettuata tramite la cooperativa sociale "La Cometa", responsabile nel settore, all'interno dei locali, per lo smaltimento dei toner di stampanti, fax e fotocopiatrici. La società Sistema Ambiente S.p.A.,

posiziona nel centro storico cesti per la raccolta di carta, vetro, plastica e lattine e per i rifiuti indifferenziati. Ormai il "Lucca Comics" è diventato un evento a livello mondiale e coinvolge tutta la città. Infatti sono presenti pochissime zone non interessate, soprattutto in virtù del fatto che, oggi come oggi, gli stand sono sempre in aumento, tanto è che per il 2016 è presente l'idea di acquistare la zona degli spalti delle Mura occupata dal vivaio Testi per posizionare parte del padiglione Games.

Prima della manifestazione la città viene "preparata", per la raccolta differenziata, con trespole e cassonetti più grandi, ma gli utenti non effettuano la differenziazione perché molti buttano i rifiuti nei contenitori sbagliati o addirittura per terra.

Il servizio effettuato da "Sistema Ambiente" aumenta a livello esponenziale ed è maggiore rispetto a quello che viene svolto quotidianamente, nei periodi in cui non sono presenti manifestazioni. Se nel 2014 erano stati impiegati 25 operatori durante l'orario notturno (da mezzanotte alle 6,00), nel 2015 sono state utilizzate 45 persone, oltre ai mezzi meccanici come le spazzatrici. Il servizio copre le 24 ore, ma il grosso del lavoro viene svolto durante la notte,

anche per il fatto che il giorno le strade e le piazze sono talmente affollate che gli addetti alle pulizie non riescono a muoversi. Infatti possono circolare fino alle 9,00-10,00 della mattina.

L'azienda utilizza mezzi sempre più automatizzati, per cercare di snellire e velocizzare le operazioni di pulizia. Quest'anno è stato acquistato un oggetto molto semplice, un "aspiratore" che serve per raccogliere quelle "bacchette" utilizzate dai visitatori per mangiare i noodles. Infatti, con lo spazzamento manuale, i componenti della società dovrebbero stare tante ore a lavorare con i "raschini" e di conseguenza durerebbero molta fatica. Sono molto utilizzati anche i soffioni elettrici silenziosi, che hanno sostituito quelli a benzina. Infatti, questi ultimi, facevano troppo rumore e non potevano essere utilizzati prima di una certa ora.

Per quanto riguarda la pulizia intorno agli stand, i materiali sono regolarmente suddivisi: quindi la raccolta differenziata viene effettuata, ma soprattutto quella dei materiali come i cartoni e le plastiche mentre, i rifiuti di dimensioni minori, sono spazzati manualmente.

Il lavoro maggiore, compreso il turno notturno, finisce tra il penultimo e l'ultimo giorno, in cui le attività si svolgono da mezzanotte alle 6,00. Dopo la manifestazione sono ripresi gli orari normali e quindi i due turni standard dalle 6,00 alle 12,00 e dalle 12,00 alle 18,00. La situazione migliora per quanto riguarda le zone di transito. Nelle aree occupate dagli stand in città, nei parcheggi e in tutti gli spazi che hanno accolto i visitatori fuori dal centro storico, il lavoro si protrae ancora per qualche giorno, ma quando viene ripreso il turno normale il servizio viene svolto solo di giorno e quindi è presente ancora un po' di confusione e anche di "disturbo" per la popolazione.

L'organizzazione, dal 2012, ha stipulato accordi con il *PEFC*³⁰, la più grande organizzazione al mondo di certificazione forestale. Il materiale cartaceo, come ad esempio le brochure, viene stampato su carta proveniente da

³⁰ Program for the Endorsement of Forest Certification (Programma per l'Approvazione della Certificazione delle Foreste): la foresta certificata è gestita in modo legale e sostenibile; i prodotti che ne derivano (cellulosa, legno, funghi, tartufi ecc...) non provengono da tagli illegali di alberi o da interventi che possano distruggere o impoverire le risorse forestali.

foreste certificate e, tutti gli elementi e i processi produttivi, sono controllati dall'azienda.

Da alcuni anni, il PEFC Italia e "Lucca Comics & Games", sono partner nel promuovere l'uso di carta certificata nel settore dell'editoria a fumetti e non solo. Questa collaborazione è però andata oltre: molte iniziative, infatti, spingono per l'acquisto di crediti di carbonio³¹ in paesi lontani, con scarsa efficacia sia dal punto di vista ambientale che di comunicazione del proprio impegno. La sinergia con il PEFC Italia ha fatto nascere l'idea di svolgere un'iniziativa nelle foreste della provincia di Lucca, con il progetto della loro certificazione di gestione sostenibile. Il piano è volto a certificare il maggior numero di ettari di bosco possibile, nella provincia di Lucca, per poter aumentare assorbimento di CO₂ e conseguente produzione di ossigeno, per migliorare l'accessibilità e per ridurre gli incendi. La certificazione porterà grande beneficio alla gestione del territorio, visibilità al progetto e ai suoi protagonisti. Ad esempio, la quantità di CO₂ assorbita nei boschi certificati, una volta contabilizzata, può essere sfruttata per neutralizzare le attività inquinanti della manifestazione. La pianificazione avrà la durata di 3-5 anni.

Dal punto di vista della sostenibilità ambientale, un problema che ha coinvolto numerose istituzioni è quello della sistemazione del padiglione Games nell'area dell'ex Campo Balilla. Tra il montaggio e lo smontaggio della struttura (Figura 20), intercorre circa un mese e questo provoca un grave danneggiamento per il manto erboso. Prima dell'edizione 2013 è stata stesa una massicciata protettiva sotto la pavimentazione del capannone. Inoltre, il 28 ottobre 2012, a seguito del furto di combustibile dalla cisterna della centrale elettrica posizionata sullo spalto, si era verificato uno sversamento nel Canale Piscilla e i terreni sottostanti. La società ha provveduto immediatamente alla bonifica dell'acqua. Il terreno inquinato è stato asportato, indirizzato ad apposita discarica e sostituito da terreno vergine. Ad oggi il percorso di bonifica risulta completato. Per l'edizione 2015 sono stati

³¹ Acquistare crediti di carbonio sul mercato corrisponde approssimativamente ad acquistare un permesso ad emettere gas a effetto serra. Il prezzo di questa autorizzazione, negoziato sul mercato, dovrà necessariamente essere inferiore alla pena che l'emittente dovrebbe pagare al Governo per l'emissione di gas serra. Per l'emittente, acquistare crediti di carbonio sul mercato significa, in pratica, ottenere uno sconto sul debito finale.

posizionati dei teli, sopra i quali sono state sistemate tonnellate di terra e sassi che hanno costituito la base per il pavimento vero e proprio del padiglione.

Il grave problema relativo al danneggiamento del patrimonio artistico, come nella zona di Piazza S. Michele (Figura 21), è risolvibile solo tramite efficaci azioni di sorveglianza. Nell'anno 2014 sono stati effettuati una serie di lavori volti a ristrutturare l'area, che era stata rovinata a causa della impropria installazione non solo



Figura 21:
Situazione di
Piazza S.
Michele
nell'anno 2014

degli stand nell'ambito del "Lucca Comics & Games", ma anche delle bancarelle che vi erano allestite ogni anno durante i periodi natalizio, pasquale e per tutto il mese di settembre le quali, in questi ultimi anni, vengono collocate in Piazza Napoleone. Uno sviluppo sostenibile, soprattutto per quanto riguarda gli arrivi turistici, deve essere garantito anche nell'ambito della *mobilità*: infatti, l'organizzazione ha stipulato un accordo con Trenitalia, Direzione Regionale Toscana che prevede la realizzazione di treni speciali, in occasione della manifestazione, sulle tratte Pisa-Lucca, Viareggio-Lucca e Firenze-Lucca. L'accordo prevede anche uno sconto sul costo dell'ingresso a chi si presenta con il biglietto del treno; tutto questo mira a ridurre l'arrivo su mezzi propri da parte dei visitatori.

Per l'edizione 2015, invece, allo scopo di regolare l'afflusso alla stazione, sono stati previsti 82 treni, per quei 53.000 visitatori che sono accorsi all'evento, sulle linee Firenze-Prato-Lucca, Pisa-Lucca, Viareggio-Lucca, Lucca-Aulla e Prato-Bologna. L'offerta straordinaria si è concentrata nelle giornate di sabato 31 ottobre e di domenica 1 novembre.

La stazione è stato uno dei punti della città monitorato con maggiore attenzione. È da ricordare che già nell'edizione 2014, all'interno della stazione ferroviaria, si erano verificate situazioni di enorme caos, dovute alla presenza di troppe persone in una struttura sottodimensionata rispetto alle richieste.

Una ulteriore novità è stata rappresentata dal divieto di sosta sul Piazzale Ricasoli: in tale zona, per agevolare i viaggiatori che sono arrivati a Lucca in

treno, è stato istituito il divieto di transito, a partire dalle ore 7,30 del 30 ottobre, fino alla fine della manifestazione. La posizione dei taxi è stata trasferita sul lato sinistro del Piazzale Ricasoli, a margine della carreggiata. Si è avuta, inoltre, una suddivisione rigida dei passeggeri, sia in arrivo che in partenza.

In base ad un accordo stabilito con gli Assessorati al Traffico del Comune di Lucca e al Trasporto Pubblico Locale della Provincia, sono state realizzate 20 corse di pullman, in occasione dell'evento, sulla tratta Pisa-Lucca. Inoltre, dal 2013, è stata conclusa una convenzione con un tour operator nazionale che effettuerà un capillare servizio di autobus da tutta Italia.

Per snellire il traffico, è intenzione degli organizzatori favorire l'uscita dell'autostrada al casello di Capannori per decongestionare le uscite Est e Ovest di Lucca. Durante l'edizione 2015, all'uscita Lucca Est, si sono posizionate due pattuglie di vigili urbani, di cui una ha fornito indicazioni verso San Concordio o verso la città.

I parcheggi disponibili durante il periodo della manifestazione sono aumentati: all'inizio risultavano attivi quelli di Via delle Tagliate (1.600 posti) e del polo fiere di Sorbano (1.500 posti). Dal 2012, invece, è stato sperimentato anche il parcheggio di S. Pietro a Vico, composto da circa 750 spazi e, dall'edizione 2014, anche aree di sosta a Capannori. Tutte collegate con la fiera tramite un servizio di navette con andata e ritorno.

Per l'edizione 2015 sono state adibite a luogo di sosta anche:

- la zona dell'ex scalo merci e la tariffa stabilita è stata di 6 euro con servizio di navetta incluso.
- il Piazzale Don Baroni
- L'area terminal bus turistici del parcheggio Palatucci
- Aree intorno al Campo di Marte
- Foro Boario
- Via Mattei a Mugnano

In tale anno, nei parcheggi a pagamento del centro storico (es.: Parcheggio Carducci e area in Via del Pallone), hanno potuto sostare solo i veicoli degli espositori che presentavano il pass nelle aree riservate ai Comics e quelli

che espongono il permesso con la lettera A (residenti). Questi ultimi hanno potuto parcheggiare gratuitamente anche negli stalli blu. Ai veicoli a servizio dei portatori di handicap, invece, sono stati riservati 26 stalli all'interno del parcheggio nell'ex Caserma Mazzini, in prossimità degli ascensori.

Il 28 e il 31 ottobre, il mercato dei Bacchettoni è stato spostato nella zona del parcheggio delle Tagliate.

Per quanto riguarda le navette, anche il percorso della Lam rossa San Vito-Chiasso/San Concordio ha subito alcune modifiche nel tratto compreso tra Via Jacopo della Quercia e Viale Cavour: infatti l'autobus è partito da San Vito e da Via della Quercia, dopodiché è passato da Viale Marconi, Viale Pacini, Viale Giusti, Viale Regina Margherita, Viale della repubblica e Viale Cavour, per poi dirigersi verso Chiasso/San Concordio. Nel percorso inverso, invece, ha toccato Viale Cavour, Piazzale Ricasoli, Viale Giusti e Viale Marconi. Si è avuta anche la disponibilità di una navetta tra Via Mattei e Via Nottolini (uscita stazione).

Per quanto riguarda i bus turistici, un'area di sosta riservata è stata ricavata anche in Viale Luporini mentre, la fermata provvisoria per la salita e discesa dei passeggeri, è stata collocata in Via Geminiani a S. Anna. A tali bus sono stati chiusi Piazzale Boccherini, Viale Regina Margherita e Viale Carlo del Prete.

3.1.8. Conclusioni

Si può, dunque, affermare che la manifestazione "Lucca Comics & Games" è un evento turistico-culturale ben inserito nel territorio, sia dal punto di vista della "customer satisfaction" sia da quello della sostenibilità. Per quanto riguarda la soddisfazione della clientela, l'organizzazione effettua un efficace *studio di mercato*: «accumula, tratta e analizza i dati su un mercato di prodotti, beni o servizi, il quale consenta di conoscere soprattutto le attitudini, le intenzioni e i comportamenti degli acquirenti»³². A questo proposito, nell'anno 2015, l'indagine è stata affidata all'IMT di Lucca per studiare

³² Cliquet G. (1999), "Étude de marché", in Le Duff R. (a cura di), *Encyclopédie de la gestion et du management*, Dalloz, Paris, p.752.

l'"impatto economico diretto e indiretto del Lucca Comics and Games: valutazione dei flussi economici relativi al pubblico e ai partner commerciali". Nell'ambito della sostenibilità, nel 2013, è iniziato un attento studio ambientale, con lo scopo di identificare e valutare le caratteristiche e le potenzialità di un territorio che corrisponde al campo di studio definito per un mercato considerato.

Certamente la "logistica" può essere migliorata compatibilmente con le caratteristiche e le "dimensioni" della città, rapportate alla capacità di carico della manifestazione. Dall'analisi effettuata risulta che, la società organizzatrice ed il Comune di Lucca, nel corso degli anni, hanno sempre fatto progressi in questo senso. Ciò è dimostrato dall'affluenza dei partecipanti, aumentata costantemente nel tempo, e dal flusso di turisti internazionali che è quasi triplicato dal 1990 al 2013.

Per quanto riguarda l'edizione 2015, sono stati presentati un numero più alto di eventi rispetto agli anni precedenti e, nella riunione conviviale tenutasi nella foresteria di Palazzo Bernardini il giorno 22 ottobre, è stata espressa soddisfazione per l'esposizione, ma soprattutto per la mostra "L'Orlando Curioso" a Castelnuovo di Garfagnana, confermativa della capacità di Lucca Comics di trasmettere cultura. Il Rotary Club³³ ha premiato la manifestazione e il presidente, Giorgio Serafini, ha consegnato nelle mani degli amministratori l'attestato della Paul Harris Fellow per esprimere, soprattutto ai promotori dell'evento, la riconoscenza e la gratitudine «per la grande capacità organizzativa e il rilevante contributo della manifestazione alla città sul piano economico e della comunicazione sociale giovanile, con oltre 400mila visitatori»³⁴.

I visitatori (in modo particolare i giovani) ambiscono a trascorrere molto del tempo libero in relax e, nello stesso tempo, a vivere un turismo culturale godendosi il breve ponte autunnale che spezza la routine di lavoro quotidiano.

³³ Il Rotary Club è un club di servizio sorto a Chicago nel 1905. Esso è stato definito come *gruppo di amici, appartenenti a diverse professioni e chiamati ad impegnarsi a favore del prossimo*.

³⁴ *Da Rotary il premio Paul Harris Fellow*, «Il Tirreno», 24 ottobre 2015, 1, p. Lucca V.

Un altro aspetto da mettere in evidenza è il ruolo dei *trasporti*: la nostra epoca è caratterizzata dal progresso dei mezzi di locomozione e dall'avvento delle compagnie aeree low cost: questi sono, indubbiamente, fattori che hanno inciso notevolmente sulla estensione delle destinazioni turistiche e sul proliferare degli eventi culturali e artistici. Il crescente successo di Lucca Comics & Games dipende anche da questo.

3.2. LUCCA SUMMER FESTIVAL

3.2.1. Introduzione

Il Lucca Summer Festival rappresenta ormai, da diciotto anni, una delle realtà più vivaci della musica live in Toscana e anche in Italia. Il suo obiettivo principale è quello di portare, all'interno della città di Lucca, i nomi più rilevanti del panorama musicale a livello mondiale.

A causa di anni di crescita e grandiosi concerti, la manifestazione è arrivata al livello dei grandissimi eventi internazionali nel mondo della musica ed è stata scelta da artisti come: Bob Dylan, Elton John, Mark Knopfler, David Bowie, Simply Red, Alicia Keys, Eriqah Badu, Robbie Williams... Sono stati selezionati personaggi di grande fama, che creassero atmosfere spirituali in grado di essere un perfetto corredo delle vacanze in Toscana.

In questo modo possiamo affermare che il Lucca Summer Festival è una festa della musica in tutte le sue espressioni qualitativamente elevate. I brani sono soprattutto comunicazione, un tipo di partecipazione aggregante dai punti di vista culturale e sociale e in grado di comunicare ed esprimere un sentimento comune.

La manifestazione, inoltre, nella sua versione live, è un momento che evoca sensazioni ed emozioni collettive e sono presenti un gran numero di elementi che possono creare atmosfere energiche e sognanti, ambienti romantici e malinconici, per tutti i modi di intendere la musica maggiormente come fonte creatrice di emozioni che non come forma d'arte rivolta a sé stessa. Come esempi di tali elementi possiamo riportare: la potenza della voce soul di Seal, il rock elettrico e cupo dei Placebo, la tradizione folk dei Crosby Still and

Nash e la passione pop dei Simply Red guidati dal sempre più italiano Mick Hucknall. Con questo possiamo spiegare che il Summer Festival è l'elogio della musica nella sua versione dal vivo, in quella dimensione capace di dar luogo ad una comunità virtuale che, per le due ore del concerto, vive un sogno collettivo, fatto di grandi nomi e di magnifiche note.

L'evento si svolge dentro le mura, all'interno del centro storico di Lucca, in Piazza Napoleone.

3.2.2. Storia

«A Lucca è accaduto qualcosa di magico, incredibile, bello ed impossibile: la storia della musica mondiale è passata da qui, dal palco del Summer Festival»³⁵. Queste parole ci consentono di comprendere che il Summer Festival, insieme alla città di Lucca nel suo complesso, sono diventati un palcoscenico d'eccezione per le più famose star della musica internazionale.

La manifestazione è nata nel 1988 alla Bussola Domani, nella Versilia by night, con l'obiettivo di fare musica di qualità, ed è arrivata a Lucca, nel 1998, grazie ad un incontro casuale, ma significativo per la città: quello tra Mimmo D'Alessandro e l'allora Presidente della Provincia, Andrea Tagliasacchi.

La sera del 6 luglio 1998, il cantautore americano Bob Dylan salì sul palco di Piazza Napoleone e incantò cinquemila persone con la sua voce e la sua chitarra. Era proprio quella sera che nasceva il Summer Festival, imponendosi da subito come evento di portata internazionale. Nello stesso mese seguirono i concerti di Joe Cocker, Tito Puente e George Benson. A partire da quell'estate la magia si ripete ogni anno: ad esempio, il Summer dell'anno dopo è iniziato, il 2 luglio, con il concerto di Elton John, a cui sono accorse settemila persone.

L'organizzatore dell'evento, Mimmo d'Alessandro, in quel periodo non conosceva il centro storico di Lucca in cui, in Piazza Napoleone, era presente ancora il parcheggio e il mese di luglio era un periodo di bassissima stagione. Successivamente si è avuta una collaborazione con la Provincia e il Comune di Lucca e, da quel momento, l'avvenimento è divenuto elemento

³⁵ Citaz. Mimmo D'Alessandro.

di grande importanza nella promozione della città che è stata scoperta, soprattutto, da un gran numero di turisti i quali, attualmente, a luglio, la scelgono per la musica e la bellezza. L'età dei molti appassionati va dai 18 ai 70 anni.

Ogni anno, a Lucca, arrivano tra i 60.000 e gli 80.000 spettatori da ogni parte d'Italia e dell'estero. Per capire l'evoluzione della manifestazione bastano pochi numeri: 4, 16, 4.000 e 9.000. I primi due sono, rispettivamente, le serate in programma nella prima edizione del 1998 e in quella del 2015. La terza cifra è quella degli spettatori del primo concerto di Bob Dylan in Piazza Napoleone; l'ultima quella degli spettatori dello stesso concerto nel 2015. Si tratta di un pubblico esigente, attento, colto, preparato e amante della buona musica, che è attratto anche dalla splendida cornice offerta dalle piazze del centro storico lucchese. Per soddisfare i bisogni di questa clientela si sono esibiti dal vivo David Bowie, Pat Metheny, James Taylor, Alanis Morissette, The Cranberries, Ray Charles, gli Eagles, Jamiroquai, i Toto, Roger Waters, Eric Clapton, James Brown, Burt Bacharach, Santana, Leonard Cohen. Tutti "supereroi" della musica, che D'Alessandro ha saputo portare a Lucca in 18 edizioni. Secondo le opinioni dell'organizzatore «la data più incredibile, ammesso che sia possibile fare una classifica, è quella del 14 luglio 2001: il concerto degli Eagles. La storica band country-rock che aveva dominato la scena musicale negli anni settanta scelse come unica data in Italia del tour europeo proprio il Summer Festival e Lucca. Oltre dodicimila fan si riversarono dentro le mura della città per cantare tutti insieme la mitica "Hotel California". È stato un grandissimo evento»³⁶.

La magia dello spettacolo si ripete ogni anno in Piazza Napoleone con la sua cornice alberata e la sua aria parigina e, in alcune occasioni, anche in Piazza San Martino con la sua antica cattedrale. In entrambi i luoghi hanno risuonato anche le note e le parole di grandi protagonisti dello spettacolo e della musica italiana (Ennio Morricone, Roberto Benigni, Renato Zero, Patty Pravo, Pino Daniele, Riccardo Cocciante, Giorgia, Eros Ramazzotti, Elisa, Biagio Antonacci, Fiorello...).

³⁶ *ibidem*.

Nel corso degli anni sono saliti sul palco i Massive Attack, i Placebo, Ricky Martin, i Chicago Pink e Moby a mandare in estasi la piazza. All'inizio, come afferma Mimmo D'Alessandro, nessuno conosceva Lucca, ma oggi tante persone la vengono a visitare e «Rimangono colpiti dalla straordinarietà di questo centro storico rimasto praticamente intatto e dalla sua atmosfera. Ed oggi, soprattutto gli artisti stranieri, ma anche italiani, se devono fare un concerto, scelgono Lucca piuttosto che Roma»³⁷.

Uno spartiacque nella storia del Summer Festival è stato segnato dall'edizione 2015, quella che D'Alessandro ama definire "della maggiore età". Il mese di luglio è sempre stato all'insegna di musica e sorprese, che sono arrivate anche attraverso serate a ingresso libero.

3.2.3. Organizzazione dell'evento

Attraverso la collaborazione del Comune e di D'Alessandro e Galli (organizzatori ufficiali e direttori artistici dell'evento), il Summer Festival organizza una serie di concerti live a Lucca: ogni giorno, all'interno delle varie piazze, un pubblico ampio può godersi le canzoni dei migliori artisti nazionali ed internazionali. Il palcoscenico è molto vicino agli spettatori, i quali possono vivere tantissime sensazioni ed emozioni. Dietro il palco è collocato il reparto regia del Festival. Il responsabile è Paolo Baraldi, tecnico della Idea Web Italia di Milano. Gli spettacoli sono sorvegliati dai tecnici della regia, sul retro del maxischermo, attraverso un monitor. Per l'edizione 2015 l'area concerto è stata attrezzata con tre grandi schermi di sei metri per quattro, in modo da consentire agli spettatori di avere una visione totale delle esibizioni. Sono stati montati anche dieci monitor ad alta definizione nell'area destinata ai vip.

Sempre in tale edizione, tutti gli ingressi in Piazza Napoleone sono stati caratterizzati da tornelli e dispositivi elettronici per la lettura dei biglietti. Questa iniziativa è stata adottata «per agevolare sempre più il pubblico»³⁸.

³⁷ *ibidem*.

³⁸ *ibidem*.

Il concerto di Robbie Williams (edizione 2015) è stato quello maggiormente impegnativo, soprattutto per la scenografia di grande impatto, le luci e l'audio. Lo spettacolo ha messo a dura prova anche un tecnico abituato da anni a lavorare con le grandi produzioni.

Uno dei titolari della Amandla Production (ditta che gestisce il servizio di audio e luci per il Festival), David Lapini, ha lavorato con Mimmo D'Alessandro ed è stato anche responsabile della produzione di molti dei tour della "D&G". «Dal 2008, come Amandla Production, siamo il service audio e luci "residente" del Summer Festival; negli ultimi anni abbiamo fatto un importante investimento per stare al passo con i tempi e migliorare la tecnologia e la strumentazione. Il nostro riferimento è Diego Bertuzzi, responsabile della produzione del Summer Festival, che ci manda le schede tecniche di ogni artista per impostare il disegno luci ed audio per la manifestazione»³⁹. Inoltre, a partire dal concerto di Elton John e per tutti gli altri live che si sono succeduti, sono state aggiunte casse nelle zone più lontane dal palco per consentire un migliore ascolto.

Inoltre, negli ultimi anni, all'interno dell'area hospitality, riservata a star e pubblico vip, sono stati presentati i maggiori marchi enogastronomici di Lucca e Versilia. A questo proposito, durante l'ultima edizione, sono stati allestiti una decina di "corner", dedicati a prodotti tipici di grande qualità, che hanno consentito al Summer Festival di diventare anche una vetrina promozionale. In questo modo, gli artisti, prima dei concerti, hanno effettuato degustazioni e "portato via" sapori e profumi di Lucca e della Toscana. Una delle novità è stata il carretto del gelato della Cremeria Opera.

All'interno del Cortile degli Svizzeri sono preparati un salotto vip all'aperto e una sala da pranzo super elegante. È un trattamento di alto livello per i vip che si susseguono ai concerti. Il salotto è caratterizzato da: un finto prato, poltroncine bianche anni sessanta e carrelli vecchio stile con gelato. La sala da pranzo, invece, è collocata nella caffetteria di Palazzo Ducale, dove è allestita anche la mensa per gli addetti alla manifestazione.

³⁹ Citaz. David Lapini.

Nell'atrio di palazzo Ducale, invece, sono sistemati dei camerini: cinque al piano terra e altri tre sul livello superiore con una sala multimedia, un'area ristoro e una piccola palestra. La disposizione dei camerini è della Silverbone di Lucca, una società che segue il festival da anni e, all'interno di essi, sono presenti anche alcuni videogiochi, un flipper e un jukebox elettronico. Nel 2015 gli spogliatoi sono stati mostrati alle telecamere Rai e, i sei vincitori della visita nel backstage con il gratta e vinci del Summer, hanno potuto "viverli" per una sera con gli artisti.

Il giorno 19 luglio 2015, D'Alessandro ha ideato un progetto: creare una scuola di produzione all'interno di una casermetta, un centro di formazione sulla promozione di spettacoli, in particolare della sfera musicale. L'organizzatore si è dimostrato sicuro di poter realizzare tale progetto e, quanto alla casermetta, la domanda è stata posta all'Amministrazione Comunale.

È da affermare, inoltre, che tutti gli artisti del Summer sono omaggiati da una copia del libro "L'urlo del vino", scritto da Gino "Fuso" Carmignani, Giampaio Moretti e Moreno Petrini e da una bottiglia di pregiatissimo olio extra vergine presentato dal sommelier Fausto Borella. Gli stand sono gratuiti e, tra le aziende presenti, si ricordano soprattutto la Birroir e marchi come il latte Mukki, Erbario Toscano e i budini di Galliano a Viareggio. Secondo quanto affermato da Mimmo D'Alessandro, «Gli ospiti sono quasi tutti stranieri, che acquistano il pacchetto vip per godersi a pieno ogni emozione prima e dopo lo show»⁴⁰. Inoltre, «Abbiamo impilato l'area, dove si respira un'atmosfera piacevole e rilassante in ogni angolo, degustando prodotti di grande qualità»⁴¹. Carlo Paoli, direttore della tenuta San Guido di Bolgheri dove si produce il Sassicaia, ha affermato che «Alcuni anni fa alcuni artisti che si erano esibiti al Summer Festival avevano chiesto di avere una bottiglia di Sassicaia. Così pensammo di fargliene omaggio. È diventata una consuetudine per noi, che scaturisce da un sentimento di ammirazione verso gli artisti e verso la manifestazione»⁴². Per ogni bottiglia di Sassicaia

⁴⁰ Citaz. Mimmo D'Alessandro.

⁴¹ *ibidem*.

⁴² Citaz. Carlo Paoli.

consegnata agli artisti è stata anche realizzata un'etichetta legata all'evento, con il logo della tenuta San Guido e quello del Summer accompagnati da una frase di congratulazioni rivolta al singolo cantante. Ad Elton John è stata regalata una bottiglia di taglia large.

L'evento richiama gli appassionati da tutto il mondo, che potranno apprezzare le performance dei loro cantanti e artisti preferiti attraverso canzoni che rispecchiano la storia della musica moderna. È da ricordare, in



Figura 22: Banner posti sugli spalti delle mura nel 2014

modo particolare, l'edizione 2015. Si è avuta l'esibizione di Billy Idol, mito degli anni '80, che aveva quasi 60 anni, ma presentava ancora «tanta voglia di padroneggiare la scena»⁴³. Il cantante ha incarnato l'icona del sex symbol del rock "borderline", al confine tra l'impulsività del punk e il glamour del pop in grado di arrivare in cima alle classifiche di tutto il mondo. Il suo

concerto a Lucca è stato un tuffo nel passato, che ha accontentato i nostalgici e i nuovi fan, i quali hanno scoperto da poco un artista che ha mantenuto la tenacia e il carisma dei tempi migliori.

Sempre nello stesso anno si è esibito anche Elton John che, nel giorno del suo concerto, è atterrato all'aeroporto di Pisa con un aereo privato arrivato da Londra ed è stato immediatamente trasportato a Lucca, che ha definito "wonderful" e "magic". Dopodiché ha trascorso tutto il tempo rimanendo nel camerino fino all'inizio dello show ed è stato circondato da guardie del corpo ed addetti alla sicurezza. A lui è stata riservata la cabina più grande nel backstage e gli sono stati fatti trovare i fiori che non devono mai mancare.

È da ricordare, inoltre, l'esibizione di Enzo Avitabile, che ha conosciuto Meme Lucarelli ed ha deciso di invitarlo sul palco in occasione della serata omaggio a Pino Daniele. Si sono svolti anche i tributi ad altri due cantanti scomparsi: Joe Cocker e James Brown. Sui grandi schermi dell'arena del Festival si è avuto lo scorrimento delle immagini del docu-film "Enzo Avitabile

⁴³ Riproduzione riservata, *Dal punk al rock trasgressivo. Ecco Billy Idol, mito anni '80*, «Il Tirreno», 10 luglio 2015, 1, p. Lucca III.

Music Life", realizzate dal regista premio Oscar Jonathan Demme, mentre il cantante si è esibito con la sua band in un repertorio di brani. Tra un testo e l'altro Avitabile ha coinvolto anche il pubblico, nello spettacolo, per farlo diventare protagonista e la serata ha segnato un limite di demarcazione con un tipo di performance più tradizionale.

È stata annunciata, inoltre, la prima data dell'edizione 2016 della kermesse di D'Alessandro: sul palco di Piazza Napoleone saliranno i Simply Red e Anastacia. La band inglese, con il suo marchio di fabbrica dall'album "Picture Book " del 1985, alla fine del 2009 aveva dato l'addio alle scene dopo 24 anni di successi. Anastacia, invece, è una delle maggiori popstar degli anni 2000 che, il 6 novembre di quest'anno, ha pubblicato la raccolta "Ultimate Collection".

Grazie al Summer Festival la città di Lucca diventa meta turistica ed è apprezzata per tutte le sue caratteristiche, ma non è da dimenticare il fatto che si è sempre distinta per il suo spirito imprenditoriale, facendo attenzione alla continua evoluzione dei mercati. Infatti, il Summer Festival, è il miglior business musicale dell'estate italiana, che aiuta Lucca a risplendere come città d'arte.

Le opere musicali possono essere ascoltate, attraverso Radio 2, anche da coloro che non si recano alla manifestazione, non abitano a Lucca o non posseggono il biglietto. Ad esempio, il giorno 18 luglio 2015, è stato trasmesso il live di "610" di Lillo & Greg, che hanno dato vita ad uno spettacolo unico. La serata ha offerto anche molti momenti musicali.

L'evento ha avuto una crescita vertiginosa, che però è stata tutt'altro che tranquilla. All'inizio furono i commercianti a lamentarsi, soprattutto a causa della chiusura delle strade nelle vicinanze di Piazza Napoleone. Negli ultimi anni, invece, la tensione è tra gli organizzatori del Summer e l'Amministrazione Comunale. Basta pensare al problema relativo ai banner nell'edizione 2014: questi erano stati posizionati sugli spalti delle Mura (Figura 22), senza che fosse stata presentata una regolare richiesta per ottenere l'uso temporaneo di alcune zone intorno alla fortificazione. I pannelli erano removibili, ma per il Ministero la scritta era incompatibile con la

normativa esistente: sarebbe stata una sorta di pubblicità su un bene vincolato. Quest'anno, invece, gli scontri sono avvenuti sul limite al rumore e si sono risolti all'ultimo momento, con un'ordinanza firmata dal sindaco per innalzare il livello dei decibel ammessi. Ogni anno, D'Alessandro minaccia di "portare via" il Summer Festival da Lucca (ma forse è solo pubblicità).

Sicuramente i rapporti tra D'Alessandro e le istituzioni non sono dei migliori, anche perché il suo desiderio di novità (a volte anche un po' esagerato) contrasta con le caratteristiche architettoniche della città, ma soprattutto con la mentalità dei lucchesi. Nel 2015, in una intervista a "Il Tirreno", D'Alessandro ha affermato che, per la pubblicità, ha perso fin troppo tempo con i burocrati e la burocrazia e ha deciso di provvedere da solo agli spazi pubblicitari. Alcuni sono stati comprati all'aeroporto di Fiumicino, altri a quello di Pisa; sono state fatte trattative per acquistare anche zone di pubblicità alla stazione Centrale di Milano e presso i distributori Q8 di tutta Italia. È stata piazzata anche una torretta davanti al Mc Donald's di Lucca.

3.2.4. Analisi SWOT

- *Strenghts*
 - Affluenza di pubblico di alto livello culturale
 - Impatti economici: le entrate per le strutture ricettive (hotel, ristoranti..) e per i negozi aumentano notevolmente e creano conseguenze economiche positive non solo nel comune di Lucca, ma anche in quelli limitrofi. Inoltre possiamo affermare che, per l'edizione 2015, secondo i dati del Centro Studi di Firenze, i concerti hanno avuto ricadute economiche positive per il territorio e anche per le città più piccole come Lucca. Secondo quanto è stato sostenuto da Gianfranco Lorenzo, responsabile degli studi e delle ricerche del Centro di Studi Turistici, «Se si pensa che per Robbie Williams ci saranno almeno 16mila spettatori a cui si aggiungono migliaia di addetti ai lavori, la ricaduta sul territorio diventa evidente. Quelli che ci

guadagnano di più sono i pubblici esercizi, a partire dal piccolo bar fino alla ristorazione vera e propria»⁴⁴

- La manifestazione crea nuove opportunità di lavoro per i giovani che costituiscono lo staff e non solo.
- Promozione turistica: Le persone che affluiscono a Lucca per assistere ai concerti visitano anche la città e in questo modo contribuiscono a diffondere la sua immagine turistica. L'affluenza è alta anche nel mese di luglio che non rappresenta periodo di altissima stagione.
- Una decina di "corner", in Cortile degli Svizzeri, dedicati a prodotti tipici di grande qualità, nei quali gli artisti e gli acquirenti del pacchetto Vip degustano, apprezzano e si portano via sapori e profumi di Lucca e della Toscana.
- La serata dei talenti lucchesi gratuita che offre, alle giovani band emergenti, la possibilità di farsi conoscere.

- *Weaknesses*

- Problema del parcheggio, soprattutto nelle ore precedenti l'inizio della manifestazione.
- Problemi di traffico nello stesso periodo.
- Problemi per i residenti riguardo alla chiusura, anche ai pedoni, delle strade limitrofe a Piazza Napoleone.
- Stesso problema anche per i locali, nelle vicinanze della piazza, che dalle 18 in poi sono costretti a "mandare via" i clienti non in possesso del biglietto.
- Smaltimento dei rifiuti.
- Inquinamento acustico.
- L'elevatissimo numero di persone che stanno in piedi impedisce una buona visuale del concerto.

⁴⁴ Citaz. di Gianfranco Lorenzo.

- Poco movimento, da parte di chi si reca normalmente in centro, nelle ore precedenti i concerti (ad esempio prima del concerto di De Gregori e Bob Dylan del 1 luglio 2015), per varie ipotesi:
 - Concerti che hanno luogo in giorni infrasettimanali;
 - Temperature molto elevate;
 - «Transenne intorno alla zona centrale di Piazza Grande che delimitano il palco e la parte delle sedute»⁴⁵.
 - Elevato costo del biglietto.
 - Un evento come il Summer Festival produce difficoltà e disagi: infatti, a partire dalle ore 14, la piazza è interdetta ai veicoli e ai pedoni.
- *Opportunities*
 - Aumentare i "corner", visto che è presente grande richiesta, sia da parte dei Vip che da parte delle varie aziende di produzione, per far conoscere le proprie eccellenze.
 - Creazione di pacchetti turistici che affianchino, alla partecipazione ai concerti, visite culturali e turistico-ambientali nella zona della provincia di Lucca, anche per il fatto che l'evento si svolge nel periodo estivo.
 - Per l'edizione 2015 è stato compiuto un grosso sforzo, sotto l'aspetto organizzativo e della sicurezza, con una presenza di mezzi e volontari del soccorso, per garantire un'adeguata assistenza e distribuzione di bottigliette d'acqua agli spettatori.
 - Aumento del giro d'affari per l'edizione 2015, dato che si è trattato della numero 18. Sempre per questo motivo si sono avuti 13 concerti più 2-3 serate gratuite e la capienza di Piazza Napoleone è stata ampliata. Si è svolta, inoltre, una serata di

⁴⁵ Frase pronunciata dalle bariste della "Stella Polare".

cinema con l'idea di trasmettere, sul maxischermo allestito in Piazza Napoleone, il concerto dei Grateful Dead⁴⁶.

- Sempre per l'edizione 2015, il giorno mercoledì 8 luglio, il Sindaco Tambellini è stato ospite ai microfoni di Radio Star per parlare delle polemiche che si sono verificate tra lui e l'organizzatore ed accettare l'invito alla pacificazione che D'Alessandro aveva espresso in una intervista precedente.
- Secondo un articolo pubblicato sul quotidiano "Il Tirreno" del giorno 14 maggio 2015, l'indotto della manifestazione sarà oggetto di alcune tesi di laurea di economia all'Università di Pisa. Enrico D'Alessandro, responsabile di marketing e comunicazione della D&G, afferma che «sarebbe un utile ed importante strumento per continuare a crescere e migliorare la manifestazione»⁴⁷.
- Compimento di grossi sforzi organizzativi, in vista dei concerti a cui ci si aspetta che accorra un ampio numero di spettatori: un esempio di questi sono stati effettuati per lo spettacolo di Robbie Williams.
- Misure di sicurezza: secondo un articolo pubblicato sul quotidiano "Il Tirreno" del giorno 18 luglio 2015, si è riunito il tavolo tecnico, per decidere i provvedimenti da adottare allo scopo di rendere ottimale la realizzazione degli eventi anche dal punto di vista della sicurezza e dell'ordine pubblico (in modo particolare per i concerti di Mark Knopfler, Robbie Williams, Fedez e J-Ax). Dal momento che si hanno notevoli affluenze di spettatori è stato deciso che, l'area di spettacolo delimitata dai tornelli di verifica dei biglietti, sarebbe stata interdetta alla

⁴⁶ I Grateful Dead sono stati un gruppo musicale rock statunitense. Furono tra gli artisti chiave della cosiddetta "Summer of Love", espressione utilizzata per indicare il fenomeno del quartiere di Haight Ashbury, a San Francisco, tra il 1965 e il 1968, quando l'affluenza di migliaia di giovani in cerca di pace, amore e libertà, fece della città californiana l'epicentro di una rivoluzione sociale e culturale senza precedenti.

⁴⁷ Citaz. di Enrico D'Alessandro.

circolazione dei veicoli, ad eccezione dei mezzi di soccorso, a partire dalle 17 del 22 luglio e fino alle 2 di notte del 24.

Alla fine del deflusso di spettatori per il concerto di Mark Knopfler, l'area è stata di nuovo delimitata e appositi varchi hanno consentito il solo transito pedonale in tutte le direzioni, garantendo l'accessibilità a tutte le abitazioni e agli esercizi commerciali che si trovano nell'area di spettacolo. I rifornimenti di questi ultimi sono stati effettuati utilizzando carrelli a mano, per il trasbordo delle merci dai veicoli che si arrestavano in zone come Corso Garibaldi, Piazza San Giovanni e Piazza San Giusto.

Per il concerto di Robbie Williams, sempre per salvaguardare la sicurezza, alle 14 è stata chiusa l'area di spettacolo, anche per consentirne la pulizia.

- Migliore strutturazione della formula degli abbonamenti, che è stata utilizzata anche nel 2014, per dare la possibilità di partecipare a più concerti con sconti anche del 50%.
 - Per migliorare i collegamenti è stato firmato anche un accordo con Italo, con uno sconto del 20% sulla tariffa economy e un bus navetta per trasportare il pubblico dalla stazione di Santa Maria Novella a Piazzale Verdi e che compia anche il percorso inverso dopo la fine dei concerti.
 - Il pubblico ha la possibilità di acquistare il libro sulla storia del festival, nel punto vendita di Piazza San Michele.
-
- *Threats:* I rischi sono dovuti principalmente all'elevatissimo numero di visitatori:
 - Rischi per la salute dovuti al caldo nei luoghi troppo affollati.
 - Il rischio di furto.
 - Inquinamento dell'aria per l'elevato numero di auto.
 - Inquinamento ambientale a causa dei rifiuti.

3.2.5. Analisi delle presenze turistiche alla manifestazione "Lucca Summer Festival", con particolare riferimento all'edizione 2015

Nell'edizione 2015, come in quelle precedenti, attorno ai concerti, alle star e agli ospiti vip si muove un universo di lucchesi, che vedono nella kermesse una opportunità importante, anche dal punto di vista economico. L'organizzazione ha posto rimedi a gran parte delle occasioni di contrasto con residenti e operatori del centro, anche se ogni tanto qualche problema si fa di nuovo sentire.

Si potrebbe ragionare sulle incertezze prendendo come esempio la gestione del concerto di Robbie Williams, al quale sono accorsi 16.000 spettatori. La commissione di vigilanza ha stabilito che quella sarebbe stata la capienza massima della piazza. Per quanto riguarda i concerti dei Los Lobos e degli Script si sono avute un grosso numero di presenze e questo ha portato a numerosi problemi per il pubblico in piedi, complicazione che non è stata posta per Robbie Williams, dato che a tutti è stato assegnato il posto in piedi. In un articolo pubblicato sul quotidiano "Il Tirreno" del giorno 12 luglio 2015, è stato affermato che oltre il 50% delle persone che sono arrivate in Piazza Napoleone erano stranieri, provenienti soprattutto dalle Antille Olandesi, dagli Emirati Arabi e dalle Isole Vergini. Si è trattato, quindi, di «un mappamondo unito nel segno della grande musica e delle popstar che si esibiscono sul palco di Piazza Napoleone»⁴⁸.

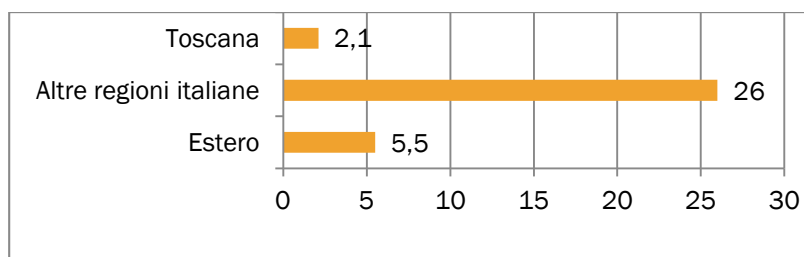
Osservando i dati forniti dagli organizzatori è possibile ricavare informazioni sulla provenienza del pubblico del Festival: si tratta dei Paesi da dove arrivano i turisti, appassionati di musica, che hanno modo di conoscere Lucca grazie al Summer con un ritorno promozionale importante per la città. Chi rimane incantato dallo scenario di Piazza Napoleone può essere stimolato a conoscere approfonditamente le bellezze e i luoghi di Lucca.

Tra gli spettatori stranieri, la presenza più ampia è legata ai paesi anglosassoni, anche se con un leggero calo di Americani, mentre sono aumentati gli spettatori provenienti dal Nord Europa, dove la "D'Alessandro e Galli" ha investito molto a livello pubblicitario.

⁴⁸ Riproduzione riservata, *Dalle Antille agli USA. La geografia del pubblico*, «Il Tirreno», 12 luglio 2015, 1, p. Lucca III.

Per poter procedere ad una analisi delle presenze turistiche, italiane e straniere, durante i giorni della manifestazione, è necessario prendere in considerazione anche alcuni dati relativi a: pernottamenti, sistemazione degli ascoltatori, consumo dei pasti e acquisti effettuati nei negozi.

Grafico 9: Pernottamenti a Lucca durante l'evento "Lucca Summer Festival" (edizione 2015)⁴⁹



Dal Grafico 9 si può dedurre che le presenze turistiche sono per la maggior parte di visitatori provenienti da altre regioni d'Italia, mentre se ne possono riscontrare in misura minore dalle altre città della Toscana. Parlando dei turisti provenienti dalle altre regioni italiane si può far riferimento, soprattutto, agli abitanti del Nord i quali, probabilmente, hanno un reddito generalmente più elevato rispetto a quelli del centro-sud.

Secondo un articolo pubblicato sul quotidiano "Il Tirreno" del giorno 2 luglio 2015, «Gli albergatori spiegano che la permanenza media di chi arriva al Summer Festival è di due notti, compresa quella del concerto»⁵⁰. Inoltre, «chi si muove, anche dall'estero, per un concerto che non ha comunque prezzi popolari, chi è disposto a spendere per pagarsi un albergo, è un turista con disponibilità economiche, con risorse che possono rimanere sul territorio a tutto vantaggio degli operatori del settore»⁵¹.

Secondo Pietro Bonino, presidente provinciale di Federalberghi Lucca, in occasioni come il Summer Festival accorre sempre un pubblico di un certo livello. Inoltre, gli ospiti che pernottano negli alberghi lucchesi, arrivano in gran parte da Londra e dalle altre capitali europee. Infatti «sono comodissimi

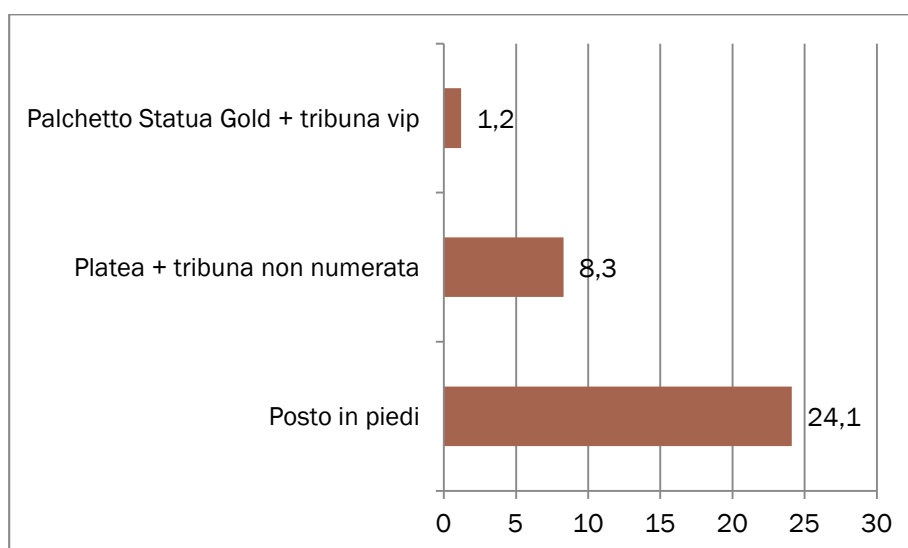
⁴⁹ P. Ceragioli, *L'indotto vola: Lucca ha incassato quindici milioni di euro*, «La Nazione», 9 agosto 2015, 2, pp. 4-5.

⁵⁰ L. Cinotti, *Quel turista di qualità da trattenere a Lucca*, «Il Tirreno», 2 luglio 2015, 1, p. Lucca I.

⁵¹ *ibidem*

i voli in arrivo da tutta Europa e diretti all'aeroporto di Pisa»⁵². Può capitare anche che alcuni ospiti rimangano per più concerti e tutti esprimono giudizi positivi riguardo a Lucca. «Questo risultato lo dobbiamo alla promozione che il Summer Festival ogni anno fa, in modo martellante da marzo a giugno e poi con altre modalità durante tutto il corso dell'anno»⁵³.

Grafico 10: Numero spettatori all'evento "Lucca Summer Festival" a seconda dei posti (edizione 2015)⁵⁴



Il Grafico 10 mette in evidenza i dati relativi al numero dei visitatori che hanno assistito all'evento durante l'edizione 2015. Le cifre si riferiscono a quanti hanno acquistato biglietti per avere posti in piedi e a sedere. Si può notare una grande quantità degli spettatori che hanno comprato il biglietto per avere il posto in piedi (24.1%), seguito da un 8.3% degli aventi preso posto in platea con la tribuna non numerata e da un 1.2% di coloro che si sono "seduti" nel Palchetto Statua Gold con tribuna vip. Sicuramente chi si è procurato il biglietto per ottenere il posto in piedi sono stati i giovani, che generalmente hanno meno soldi, in modo particolare a concerti di cantanti conosciuti (es: Robbie Williams, Fedez e J-Ax) mentre, chi si è concesso i posti a sedere, in platea o nel palchetto, sono stati persone più adulte e

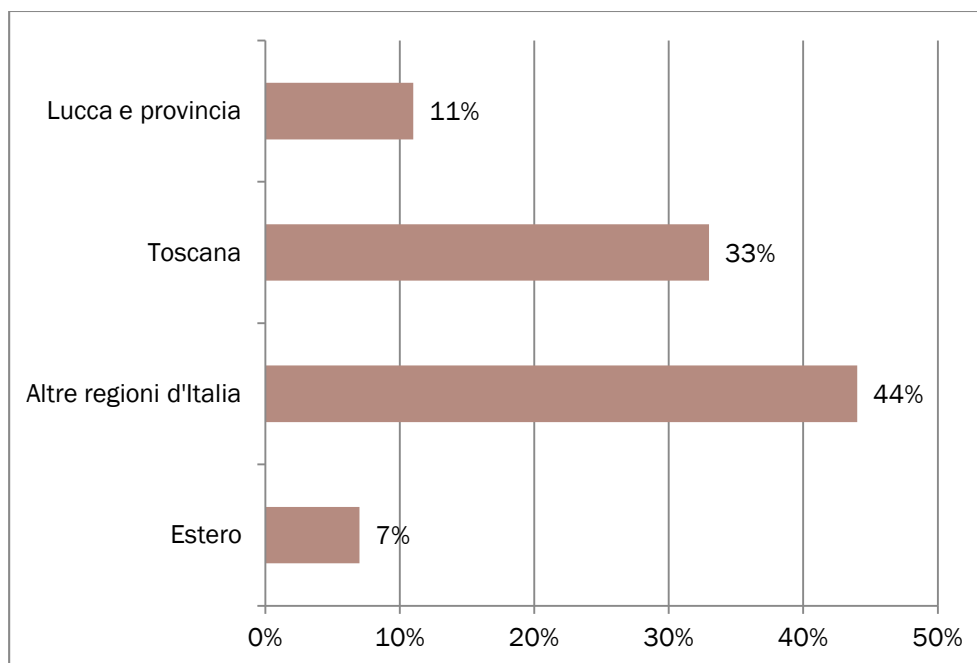
⁵² Affermazione di Pietro Bonino, presidente provinciale di Federalberghi Lucca.

⁵³ *ibidem*.

⁵⁴ P. Ceragioli, *L'indotto vola: Lucca ha incassato quindici milioni di euro* (cit. nota 49), pp. 4-5.

quindi, generalmente, con maggiori possibilità economiche, o con qualche problema fisico.

Grafico 11: Consumo dei pasti: analisi per provenienza (edizione 2015)⁵⁵



Come si può notare dal Grafico 11, anche in questo caso è presente un'alta percentuale di provenienti da altre regioni d'Italia, soprattutto dal Centro-Nord, che hanno consumato i pasti nei bar e nei ristoranti durante l'edizione 2015 del Summer Festival. Al secondo posto, invece, possiamo trovare un 33% dei provenienti da altre città della Toscana, seguito da un 11% di Lucchesi (del comune di Lucca e di altri comuni della provincia) e da un 7% di stranieri.

⁵⁵ *ibidem*.

Grafico 12: Acquisti nei negozi: analisi per provenienza (edizione 2015)⁵⁶

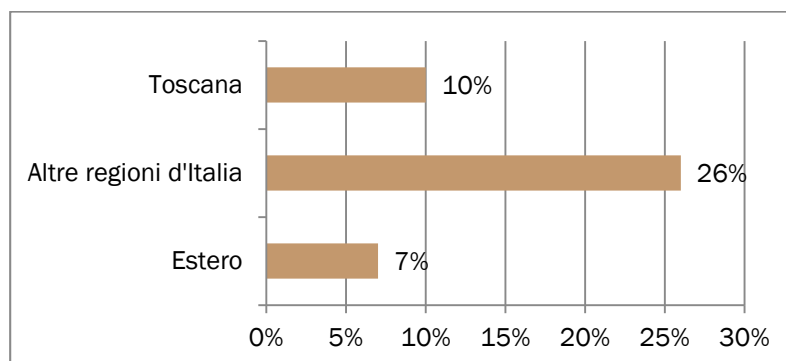
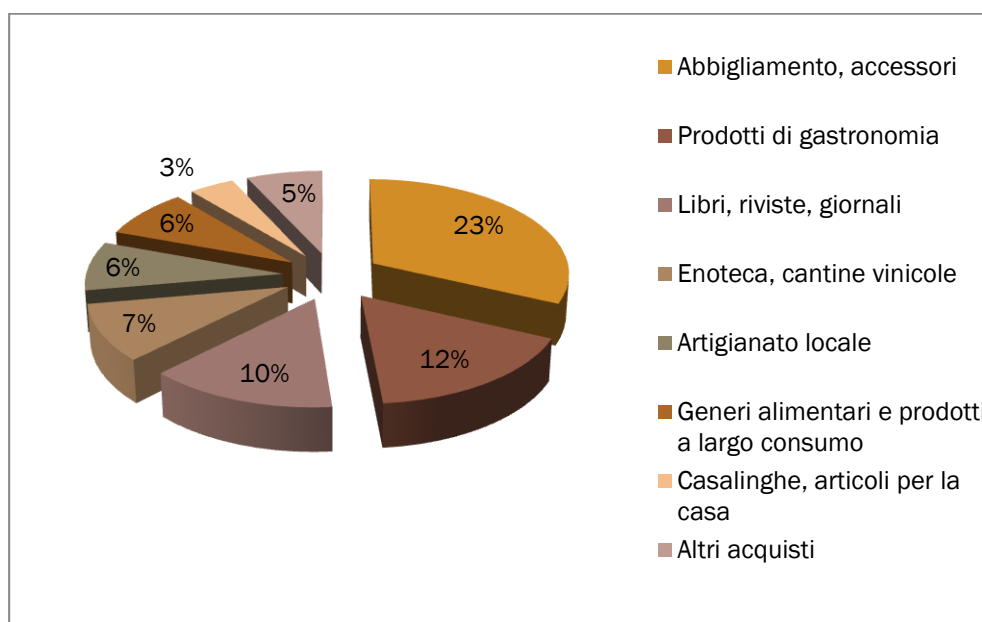


Grafico 13: Percentuale di turisti a seconda dei prodotti acquistati nei negozi⁵⁷



Nel Grafico 12 si notano le provenienze dei visitatori che, nel 2015, hanno effettuato acquisti nei diversi negozi durante il periodo della manifestazione "Lucca Summer Festival". Ancora una volta si nota una maggioranza dei provenienti da altre regioni italiane e una minoranza di turisti stranieri.

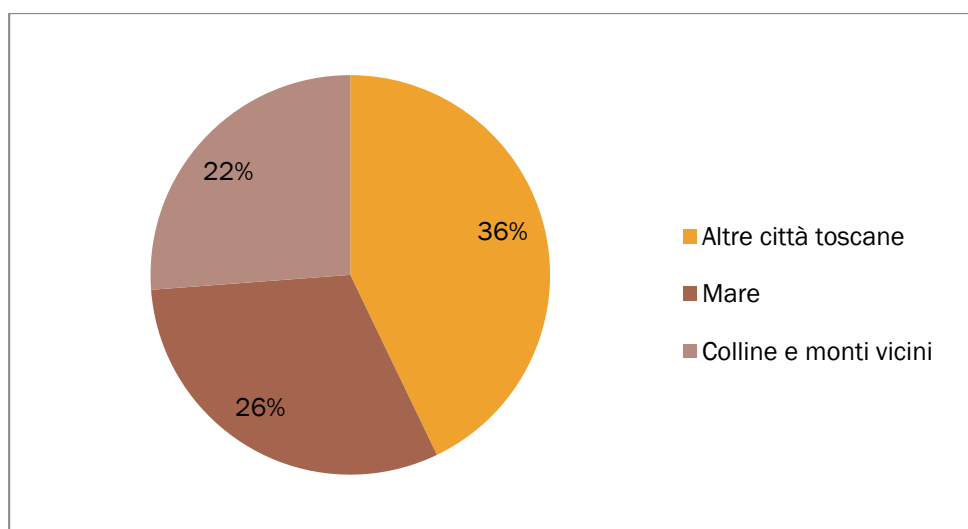
Invece, nel Grafico 13, si hanno elencati i prodotti acquistati dai turisti nei negozi: si nota un'alta percentuale di coloro che hanno effettuato spese di capi di abbigliamento e di accessori, probabilmente presso punti vendita di catena molto diffusi anche a livello internazionale (es: Ovesse, Tezenis, Calzedonia, Golden Point, Lovable). Si può notare, poi, un 12% di visitatori

⁵⁶ *ibidem.*

⁵⁷ *ibidem.*

che si sono orientati maggiormente verso la gastronomia, seguito da un 10% di chi ha acquistato libri e riviste locali (probabilmente anche di stranieri interessati a leggere libri e articoli in lingua italiana), da un 7% di quanti hanno comprato prodotti realizzati nelle cantine vinicole (questi, uniti a chi ha effettuato acquisti attinenti alla gastronomia, erano interessati a fare degustazioni delle specialità tipiche dell'intera provincia di Lucca), da un 6% di chi ha effettuato acquisti di prodotti dell'artigianato locale e dei beni a largo consumo e un 3% di chi ha comprato articoli per effettuare pulizie in casa (probabilmente chi ha acquistato beni a largo consumo e casalinghi sono stati turisti, avvantaggiati dal punto di vista delle ricchezze, che hanno alloggiato in agriturismi o appartamenti affittati nelle zone limitrofe della città). È importante effettuare, inoltre, una analisi dei turisti che, oltre ad assistere all'evento, hanno visitato anche i dintorni della città.

Grafico 14: Turisti che, oltre ad assistere all'evento, hanno anche visitato i territori vicini (edizione 2015)⁵⁸



Come si osserva nel Grafico 14, si è avuta una maggioranza di visitatori che si sono recati presso le altre città toscane, probabilmente per il fatto che queste meritavano di essere ammirate per l'importanza che rivestivano da un punto di vista storico, artistico e culturale. Si è verificato, inoltre, un 26% di affluenze turistiche verso il mare, dato il gran caldo estivo che ha

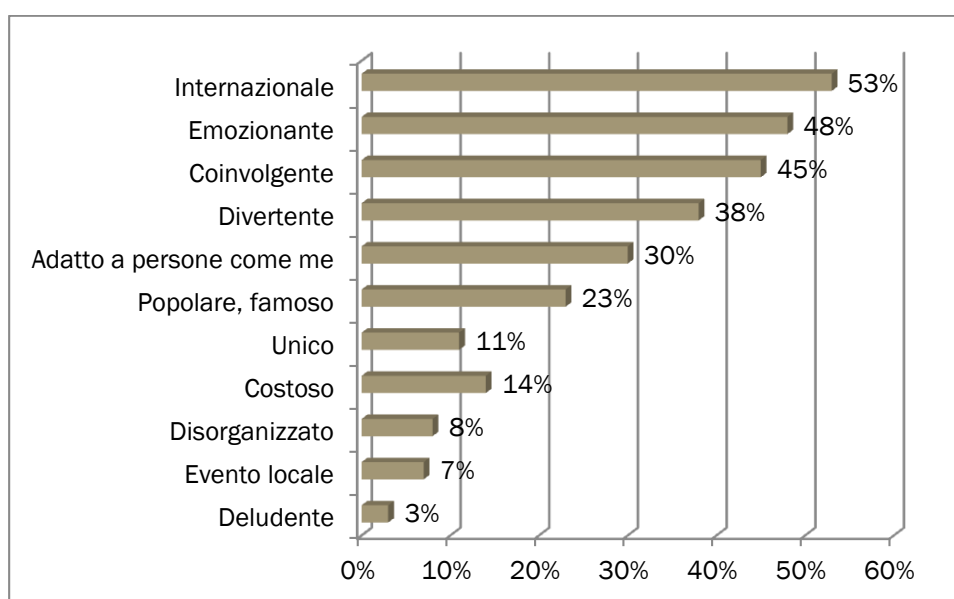
⁵⁸ *ibidem*.

caratterizzato la provincia di Lucca e l'intera regione Toscana, e un 22% di spostamenti verso colline e monti vicini.

Per quanto riguarda le fasce di età maggiormente rappresentate, tra gli Italiani è fino ai 35 anni (51%) mentre, tra gli stranieri, sono rappresentati maggiormente gli individui tra i 46 e i 55 anni.

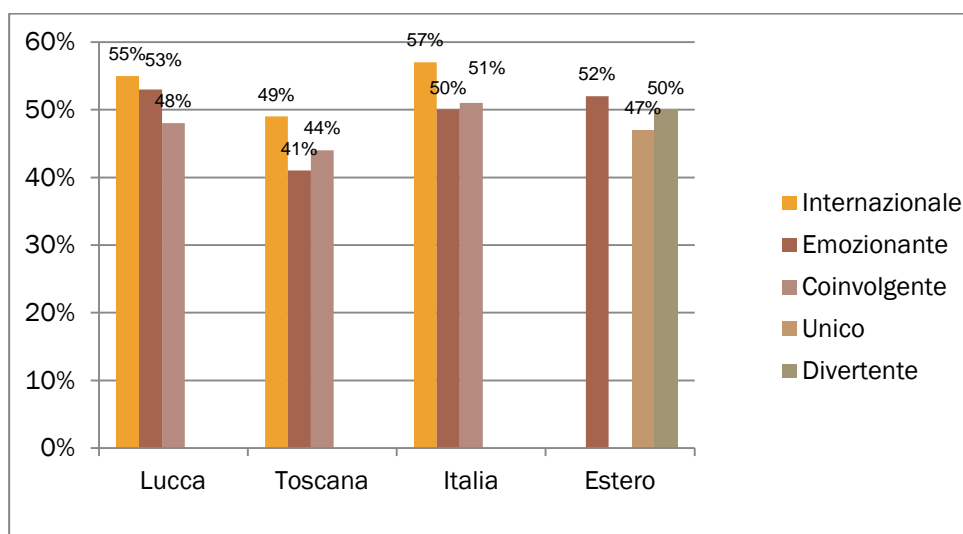
Ci preme, adesso, effettuare un'analisi riguardo agli aggettivi, espressi dai turisti e visitatori, riguardo alla manifestazione.

Grafico 15: Profilo d'immagine del Festival⁵⁹



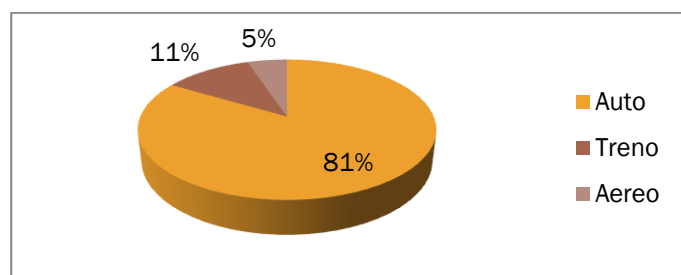
⁵⁹ *ibidem*.

Grafico 16: Top 3⁶⁰



Per procedere ad una osservazione degli aggettivi maggiormente "accostati" all'immagine del Festival, possiamo affermare che, quanto riportato nel Grafico 15, mette in evidenza percentuali alte di popolazione intervistata che hanno attribuito all'evento gli aggettivi "internazionale" (53%), "emozionante" (48%) e "coinvolgente" (45%). L'11% l'ha definito "unico", ma si può notare un 47% degli stranieri che lo giudicano in quel modo (Grafico 16). Questo significa che l'evento ha una rilevanza a livello internazionale. Da questo ultimo grafico, inoltre, si deduce che un 50% degli stranieri ha coniato l'aggettivo "divertente", probabilmente a causa del fatto che si sono esibiti artisti stranieri, i quali hanno riscosso un enorme successo coinvolgendo, nel concerto, anche il pubblico.

Grafico 17: Mezzi di trasporto utilizzati per raggiungere Lucca nel periodo della manifestazione⁶¹



⁶⁰ *ibidem.*

⁶¹ *ibidem.*

Dal Grafico 17 si può notare che, la maggior parte dei turisti, utilizza l'auto per arrivare a Lucca durante il mese di luglio. Le motivazioni sono da ricercare nel fatto che molte persone si recano all'evento per poi tornare a casa alla fine del concerto. Da mezzanotte in poi, da Lucca, non partono più né treni né pullman, quindi il ritorno può solo essere fatto in auto. Il treno e l'aereo, che sono utilizzati rispettivamente da un 11% e da un 5% di persone, presuppongono un soggiorno più lungo del quale l'evento "Summer" è solo una componente.

Negli ultimi anni si sono avuti un numero alto di presenze di visitatori per l'evento di luglio. Addirittura un articolo pubblicato sul quotidiano "Il Tirreno" afferma che, per l'edizione 2015, sono stati venduti 40.000 biglietti in tutto il mondo.

I turisti hanno avuto anche l'occasione di scoprire e visitare Lucca nel suo complesso.

I concerti a cui si sono registrate un numero abbastanza alto di presenze, durante l'edizione 2015, sono stati:

- Il concerto hip-hop di Fedez e J-Ax, a cui sono stati presenti 10.000 spettatori, tra cui bambini e ragazzini accompagnati dai genitori. Infatti, J-Ax viene seguito e ascoltato dai tempi degli Articolo 31 ed è un veterano del rap che ha saputo mettere insieme rock, pop e ritmi latini, dando vita ad hit irresistibili. Il cantante merita di essere ricordato anche per l'incisione del suo ultimo album, "Il bello d'esser brutti", già doppio disco di platino di cui si ricorda la famosa canzone "Maria Salvador". Fedez introduce ogni canzone, tra registrazioni audio e video ironici in cui si prendono di mira politici e anche il sensazionalismo di una certa tv nazionalpopolare.
- concerto di Robbie Williams: sono accorsi 16.000 spettatori che lo hanno atteso da ore, a partire dal pomeriggio, nonostante il sole e il caldo. In tribuna vip è stato ascoltato da Emma Morton, cantante inglese di origini barghigiane, e da Helena Bonham Carter, che impersona la regina di cuori nella versione cinematografica di Alice nel Paese delle Meraviglie. Alcuni di coloro che hanno assistito al

concerto sono arrivati il giorno prima e hanno dormito in strada, con teli e materassini, nelle aree adiacenti a Piazza Napoleone. Hanno atteso, quindi, per lungo tempo, portando con loro anche gli ombrelli per un riparo dal sole. Per la data dello spettacolo, a fronte dell'alto numero di presenze, la piazza è stata chiusa con grande anticipo, fin dalle 15.

Nonostante l'attesa fosse stata così lunga si sono avuti commenti positivi riguardo al cantante e addirittura, una donna arrivata dall'Inghilterra, ha dato una importante affermazione: «Ho già visto 13 concerti di Robbie, ma volevamo vederlo in Italia e in una città splendida come Lucca»⁶². Inoltre, con tre aggettivi, lo ha definito «incredibile, unico e showman»⁶³.

Si è trattato di scene a cui, una città così sobria e pacata come Lucca, non è abituata e, a partire dalle prime ore del mattino, si è popolata di persone dai 15 ai 50 anni, sia Italiani che stranieri.

Il cantante è stato un grande intrattenitore e questo si può comprendere da una delle sue canzoni, dal titolo "Let me entertain you", che ha dato il titolo al tour ed ha aperto il suo spettacolare e scoppiettante show. Quest'ultimo è risultato di grande impatto, tra effetti speciali, balletti e una grande energia. È da mettere in evidenza, inoltre, che l'artista è stato ascoltato anche da cinquantenni, che lo seguono dagli anni '90 quando spopolò nel mondo con i Take That continuando ad avere un enorme successo da solista. È stato affermato che Robbie Williams "potrebbe ritornare in concerto" per l'edizione del 2018, «per il ventennale del Summer Festival, dopo essere rimasto entusiasta della suggestiva location di Piazza Napoleone»⁶⁴.

Per accogliere il cantante è stata organizzata anche una scenografia a base di palloncini rossi luminosi. L'idea è partita da alcune ragazze

⁶² Affermazione di Katie Buckby.

⁶³ *ibidem*.

⁶⁴ Citaz. di Mimmo D'Alessandro.

lucchese, che hanno contattato il fanclub "Diario Italiano di Robbie Williams".

Per quanto riguarda le presenze turistiche all'interno di alberghi e ristoranti, queste sono aumentate, rispetto allo scorso anno, dal 20 al 25%. Questo ci consente di capire che i concerti, in modo particolare quelli delle grandi stelle del Rock, costituiscono un ottimo affare anche per le città più piccole come Lucca. Infatti, il "boom" delle presenze negli alberghi lucchesi, nel 2015, è stato causato proprio dal concerto di Robbie Williams perché tre giorni dopo l'annuncio, tutti gli hotel erano pieni per la notte del 23 luglio e quelle vicine nel calendario.

- Sempre nell'edizione 2015, così come in quelle del 2005 e del 2007, anche la cantante statunitense Lauryn Hill ha riscosso successo e, ad assistere al suo concerto, sono accorsi 4.000 spettatori. Tra di essi erano presenti anche Emma Marrone e Marco Mengoni, Luca De Gennaro (direttore di Mtv Italia) ed una famosissima popstar indiana. L'artista, sul palco di Piazza Napoleone, ha sfoderato tutta la sua capacità vocale spaziando tra soul, rap, funky e reggae, reinterpretando anche Bob Marley e Nina Simone⁶⁵.
- Paolo Nutini: per il concerto di tale artista si è registrata una presenza di oltre 6.000 spettatori. Il cantante è tornato dopo cinque anni al Summer Festival, da autentica rockstar, ed è stato ricompensato con una bottiglia del Podere Concori della Garfagnana. È da ricordare che Umberto Sereni, da sindaco di Barga, gli aveva consegnato il San Cristoforo d'oro, il maggior riconoscimento destinato ai barghigiani più illustri.

Durante la serata, inoltre, è stato effettuato un omaggio a Fred Buscaglione: infatti, il cantante, ha eseguito "Guarda che luna; guarda che mare", che ha cantato anche insieme a Umberto Sereni quando gli è stata consegnata la magnum di Meolgrano.

⁶⁵ Nina Simone, nome d'arte di Eunice Kathleen Waymon (Tryon, 21 febbraio 1933 – Carryle-Rouet, 21 aprile 2003), è stata una cantante, pianista, scrittrice e attivista per i diritti civili statunitense. È stata soprattutto un'interprete jazz, anche se il suo stile variava fra diversi generi, dal soul, al blues, al folk e al gospel.

- I concerti di De Gregori e Bob Dylan, a cui si sono presentati almeno 9.000 spettatori. È da ricordare che il primo si era esibito nel 2002 con Fiorella Mannoia, Ron e Pino Daniele e nel 2013 al Winter Festival. Il secondo, invece, aveva aperto la prima edizione nel lontano 1998 e ha dimostrato ancora una gran voglia di cantare e stupire il pubblico.

Dylan ha influenzato generazioni di musicisti di tutto il mondo, tra cui De Gregori, da anni impegnato a tradurre i testi di Mr Tambourine⁶⁶. Inoltre, il cantante è considerato uno dei più grandi artisti del '900, poeta simbolo della contestazione americana degli anni sessanta e pioniere dei movimenti pacifisti con l'inno "Blowin in the wind". Le sue canzoni hanno narrato i sogni e le inquietudini di tante generazioni fino ai giorni nostri, tanto che l'artista è stato più volte candidato al premio Nobel per la letteratura.

- Il concerto di Enzo Avitabile: l'artista ha coinvolto il pubblico e lo ha trascinato nella musica, nel canto, nelle danze. La sua musica è ritmo, parola, danza e anche denuncia, come ha dimostrato un brano che condanna l'utilizzo dei bambini soldato.
- Concerto di Elton John, a cui hanno partecipato tra i 9 e i 10.000 spettatori. Con l'artista hanno avuto luogo veri e propri eventi per migliaia di fan italiani e stranieri che hanno atteso a lungo sotto il caldo.

Il cantante, accompagnato da una straordinaria band, ha ripercorso 40 anni di successi che lo hanno confermato uno showman. Alla fine del suo concerto, nell'edizione 2015, ha ricambiato il calore e gli applausi, mostrandosi disponibile con i fan.

Nelle edizioni precedenti, le presenze sono risultate di circa 8.600 persone, sia nel 1999 che nel 2011. Nel 2003, invece, si sono avuti 7.000 fan. I numeri sono stati più contenuti nel 2007, con solo posti numerati andati esauriti in pochi giorni.

⁶⁶ Mr. Tambourine Man è l'album di debutto del gruppo folk rock statunitense The Byrds.

René Bassani, titolare del negozio "Sky Stone", afferma che «è tantissima la gente che ritorna»⁶⁷. Il negozio, infatti, è anche uno specchio della kermesse musicale che può raccontarne i mutamenti, insieme a quelli del mercato discografico. Per esso il Summer Festival è un evento importante, soprattutto in periodi in cui il mercato discografico è in picchiata. Altra caratteristica su cui ci preme concentrare la nostra attenzione è il fatto che «Ormai sono gli stessi cantanti che non guadagnano più facendo e vendendo i dischi, ma salendo sul palco. E questo spiega anche i prezzi alti dei biglietti»⁶⁸. Inoltre, il Summer, è un evento capace di creare interesse al di là della musica scaricabile su dispositivi quali PC e tablet.

Quello che Bassani mette in evidenza è la mancanza di una vera e propria "scena musicale" della nostra città. Si tratta di un paradosso che si spiega anche con lo scarso interesse, che le politiche pubbliche hanno avuto negli anni, verso chi intendeva salire su un palco a cantare e suonare spegnendo quei fuochi che si erano accesi agli inizi degli anni novanta.

Nonostante tutto, René possiede una sua personale hit parade dei concerti che negli anni si sono susseguiti sul palco del Summer Festival.

3.2.6. Misure volte a favorire uno sviluppo sostenibile

Nel marzo 2013, il Comune e D'Alessandro hanno firmato un accordo quinquennale, che unisce l'evento alla città nella sua formula attuale fino all'edizione 2017. Il documento, però, ha dimostrato di non riuscire a porre rimedio alle tensioni che ogni anno si presentano. Il promoter dovrà fornire garanzie, anche a fronte dei contributi che non sono mai mancati da parte del Comune. L'Amministrazione, inoltre, dovrà utilizzare la certezza delle norme e delle procedure, per non trovarsi a decidere all'ultimo momento su un punto fondamentale. A questo proposito, il sindaco Tambellini e il soprintendente Luigi Ficacci, hanno annunciato di voler redigere un "regolamento d'uso" delle aree del centro storico. Al tavolo di Palazzo Orsetti-Soprintendenza dovrebbero partecipare anche gli organizzatori delle

⁶⁷ Affermazione di René Bassani, titolare del negozio "Sky Stone".

⁶⁸ *ibidem*.

grandi manifestazioni: D'Alessandro, ma anche i responsabili di "Lucca Comics".

Per quanto riguarda l'edizione 2015, il 1 luglio il sindaco ha firmato l'ordinanza che ha elevato il limite massimo di 95 o di 103 decibel delle emissioni musicali a seconda dei concerti e di 75 decibel per le prove e le attività di montaggio e smontaggio delle attrezzature.

L'Amministrazione ha stabilito anche le regole per la somministrazione di bevande per gli esercizi di Piazza Napoleone e delle immediate vicinanze. L'ordinanza ha istituito «il divieto di somministrazione e vendita per l'asporto fuori dal locale di bevande in contenitori di vetro e latta»⁶⁹, divieto che è stato applicato, nei giorni dei concerti del Summer Festival, nella fascia oraria compresa tra le 18 del pomeriggio e le 6 della mattina.

Sono da ritenere importanti anche le misure adottate dalla società "Sistema Ambiente S.p.A.": il servizio svolto durante il Summer Festival è prevalentemente limitato alla zona di Piazza Napoleone perché l'evento ha luogo in tale zona e quindi lì è concentrata la maggiore mole di lavoro e l'utilizzo di spazzatrici di grandi dimensioni. Sono presenti, però, anche altre aree, interessate dal passaggio degli spettatori che poi si recano ai concerti. Nella piazza in cui avviene la manifestazione è collocato il numero maggiore dei cestini che devono raccogliere i rifiuti. L'azienda "prova" a metterli differenziati per genere (multimateriale, organico, carta...), ma quando è presente un enorme afflusso di spettatori il materiale si trova spesso gettato nei contenitori sbagliati: quindi, i dipendenti, riescono a differenziare poco.

Nelle zone esterne non vengono collocati cestini aggiuntivi: di conseguenza è presente una maggiore quantità di sporco per terra ed è impiegato più tempo nella pulizia, ma si tratta di un lavoro che l'organizzazione riesce a fare abbastanza correttamente, dato che risulta molto circoscritto.

La piazza viene lasciata completamente sporca dagli utenti, impresentabile, ma l'organizzazione riesce a pulirla in tempi abbastanza brevi perché il personale è più numeroso.

⁶⁹ Affermazione dell'Ordinanza di Lucca.

La città nota il cambiamento in maniera notevole perché alla fine, i cittadini della piazza, devono sopportare il rumore dei concerti e quello delle macchine spazzatrici. Per il resto, il centro storico è abbastanza tranquillo. L'organizzatore dell'evento, Mimmo D'Alessandro, aveva effettuato la proposta di spostare la statua di Maria Luisa di Borbone, durante il periodo del Summer Festival, allo scopo di aumentare la capienza dell'area in occasione dei concerti. Il singolare suggerimento è stato lanciato al termine dell'edizione 2015 ed ha suscitato un vivace dibattito, che ha coinvolto sia l'opinione pubblica che le istituzioni. Addirittura, tra le varie opzioni, è stato consigliato di posizionare la statua di Maria Luisa su una specie di "pilomat a scomparsa", per poter migliorare la visuale e sfruttare meglio una parte della piazza che fino ad ora non poteva essere usata. Alla fine la proposta è stata abbandonata e forse si è solo trattato dell'ennesima provocazione di D'Alessandro nei confronti del Comune. Secondo me la misura adottata dall'organizzatore è assurda, e in questo concordo pienamente con le istituzioni e con il sovrintendente alle belle arti perché si tratterebbe di danneggiare e togliere prestigio a un'opera che riveste una enorme importanza per la città di Lucca, soprattutto da un punto di vista storico, artistico e culturale.

3.2.7. Conclusioni

La manifestazione ha una enorme portata dal punto di vista del pubblico che fa affluire (dall'Italia e dagli altri Paesi d'Europa e del mondo intero), ma anche per quanto riguarda i controlli effettuati da tutti gli enti preposti (festival, amministrazione, prefettura, questura, forze dell'ordine e volontari). Di questi ultimi un esempio particolare si può riscontrare nel caso del concerto di Robbie Williams. In questa circostanza, il Sindaco ha affermato che «La città ha dimostrato ancora una volta di essere all'altezza dei grandi eventi»⁷⁰ e la piazza è stata pulita e sistemata dopo il concerto. Ha anche sostenuto che l'evento risulta «di vitale importanza per l'economia della

⁷⁰ Affermazione di Alessandro Tambellini, Sindaco di Lucca.

città»⁷¹, ma pone in evidenza il fatto che «evidentemente c'è qualcuno che, nonostante la kermesse musicale sia entrata nella vita dei lucchesi, osteggia profondamente il Summer»⁷².

Il pubblico, inoltre, secondo l'operatore del centro storico Simona Barsotti, è stato «educato e concentrato nel suo divertimento»⁷³.

La manifestazione, per l'edizione 2015 ha beneficiato di un esborso di 35.000 euro, per fronteggiare il pagamento di suolo pubblico pari a 34.200 euro, ed ha potuto godere di un trattamento senza particolari sconti o benefit. In base all'accordo quinquennale che è stato firmato nel 2013, il Summer ha ricevuto il supporto logistico dell'Amministrazione: questo è stato un impegno di valore stimato pari a 60.000 euro.

Queste cifre sono andate assottigliandosi nel corso degli anni, anche dopo che la Provincia ha interrotto l'erogazione di contributi alla manifestazione.

In un articolo pubblicato sul quotidiano "Il Tirreno" del giorno 23 settembre 2015, è affermato che, tra i documenti richiesti dalla procura della Corte dei Conti, è presente anche l'accordo quinquennale firmato nell'aprile 2012 tra Summer Festival, Comune, Provincia, Teatro del Giglio e Boccherini, che ha assicurato stabilità per il futuro del Festival.

Agli spettatori è stato consigliato, però, di acquistare i biglietti dai siti ufficiali dato che, durante l'edizione 2015, alcuni li hanno comprati da siti non autorizzati.

⁷¹ *ibidem*.

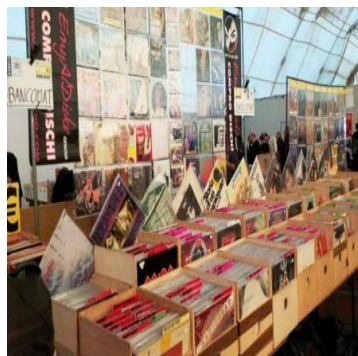
⁷² *ibidem*.

⁷³ Affermazione di Simona Barsotti, operatrice del Centro Storico.

4. ALCUNE IDEE PER "ELIMINARE" IL TURISMO "MORDI E FUGGI"



MOSTRA MERCATO del DISCO e CD USATO e DA COLLEZIONE



Nel 2016 sarà allestita, a Lucca, nel periodo del Summer Festival, la MOSTRA MERCATO del DISCO e CD USATO e DA COLLEZIONE. Essa porterà un numero alto di espositori, provenienti da tutta Italia e anche dall'estero, all'interno della Tensostruttura delle Tagliate in zona Giannotti, vicino al Palazzetto dello Sport. La mostra si svolgerà in orario continuato dalle 10,00 alle 19,00 e sarà una grande esposizione di dischi in vinile, CD, DVD, video, foto, poster, riviste, cartoline, libri e tutto quanto ruota attorno al colorato mondo della musica

registrata. In questo modo si cercherà di andare incontro alle esigenze del pubblico, che potrà trovare un'ampia varietà di materiale esposto. Tutti i generi di musica saranno ampiamente rappresentati e numerosi saranno gli stand specializzati in varietà quali pop, rock, progressive, bea, heavy metal, jazz, folk, blues, musica soul, funky, disco degli anni '70, punk, garage e new wave degli anni '80.

Tra i tanti stand dedicati alla musica italiana è da segnalare la presenza di alcune etichette che si occupano di ristampe in CD di materiale ormai raro e introvabile e altre specializzate nella ristampa in vinile di gruppi e artisti del pop italiano degli anni '70. Insomma, musica per tutti i gusti e per tutte le tasche perché

in questo grande supermercato sarà possibile trovare dei pezzi rari e da collezione e una vasta selezione di materiale, sia nuovo sia usato, a prezzi sicuramente appetibili.

Anche in questa occasione gli appassionati di musica potranno acquistare e fare scambi tra loro. Sarà presente anche una grande esposizione di chitarre appartenute ai grandi musicisti rock.

LUCCA "ONE MORE DAY"

Lucca Comics and Games

Offerta giovani:

1° giorno: visita alla manifestazione "Lucca Comics and Games"; pernottamento presso bed and breakfast o ostello in città.

In alternativa pernottamento in b&b nella zona Sant'Alessio-Pieve Santo Stefano.

2° giorno: mattino: passeggiata a cavallo sulle colline lucchesi, con partenza da un maneggio e guida di cavalieri esperti. Sosta per il pranzo in una fattoria per la



degustazione di vini e prodotti tipici lucchesi.

Chi presenta il biglietto per la manifestazione

"Lucca Comics and Games" ha uno sconto sulla passeggiata.

Pomeriggio: salita alla Torre delle Ore e alla Torre Guinigi con sconto sul biglietto di ingresso, presentando il ticket di Lucca C&G.

3° giorno: mattino: gita in treno a Castelnuovo di Garfagnana; passeggiata in paese e degustazione di prodotti tipici.

Pomeriggio: proseguimento del viaggio in treno fino a San Romano di Garfagnana e visita alla Fortezza delle Verrucole.

Offerta famiglie:

1° giorno: visita alla manifestazione "Lucca C&G"; pernottamento presso b&b o alberghi a due o tre stelle all'interno del centro storico.

2° giorno: mattino: passeggiata a cavallo sulle colline lucchesi, con partenza da un maneggio e guida di cavalieri esperti.



Sosta per il pranzo in una fattoria per la degustazione di vini e

prodotti tipici lucchesi.

Chi presenta il biglietto per la manifestazione "Lucca C&G" ha uno sconto sulla passeggiata.

Pomeriggio: visita al Parco di Pinocchio (Collodi), alla Casa delle Farfalle e alla Villa Garzoni con il suo storico giardino.

3° giorno: mattino: gita in treno a Castelnuovo di Garfagnana; passeggiata in paese e degustazione di prodotti tipici.

Pomeriggio: proseguimento del viaggio in treno fino a Piazza al Serchio con sosta nei vari comuni raggiungibili con la ferrovia

(eventualmente a S. Romano di Garfagnana

visita alla Fortezza delle Verrucole).



4° giorno: mattino: visita all'oasi della LIPU di Massaciuccoli: percorsi sui camminamenti che raggiungono le zone limitrofe del lago e delle varie postazioni per il birdwatching.

Spuntino presso i locali dell'oasi stessa.

Pomeriggio: gita in battello sul lago con esplorazione dei canali navigabili e delle varie specie che lì nidificano.

Proseguimento della gita fino a Torre del Lago; eventuale visita alla casa di Giacomo Puccini.

LUCCA "ONE MORE DAY"

Lucca Summer Festival

Offerta giovani:

1° giorno: mattino: noleggio biciclette per giro completo delle Mura e della città, soprattutto nella parte meno affollata. Pranzo libero presso ristoranti o bar nel centro storico.



Pomeriggio: libertà di effettuare shopping in negozi di abbigliamento e di souvenir lungo le vie

del centro storico.

Sera: apericena presso ostello in città e partecipazione ad un concerto del Summer Festival. Pernottamento presso l'ostello medesimo.

2° giorno: mattino: passeggiata a cavallo sulle colline lucchesi, con partenza da un maneggio e guida di cavalieri esperti. Sosta per il pranzo in una fattoria per la degustazione di vini e prodotti tipici lucchesi.

Chi presenta il biglietto per l'evento "Lucca Summer Festival" ha uno sconto sulla passeggiata.

Pomeriggio: prosecuzione della passeggiata a cavallo.

3° giorno: giornata in Versilia: mattino: partenza in treno con la formula "treno più bici"; pedalata fino alla "Spiaggia di Levante"; pranzo libero sulla passeggiata di Viareggio.

Pomeriggio: giornata da dedicare alla vita balneare

oppure trasferimento a Marina di Pietrasanta per assistere ad uno spettacolo presso la Villa "La Versiliana".



Offerta adulti:

1° giorno: mattino: noleggio biciclette per giro completo delle Mura e della città, soprattutto nella parte meno affollata. Pranzo libero presso ristoranti o bar nel centro storico.

Pomeriggio: libertà di effettuare shopping in negozi di abbigliamento e di souvenir lungo le vie del centro oppure visita ai principali musei della città (è prevista la riduzione del ticket per chi possiede il biglietto del Summer Festival)

Sera: break o apericena, presso locali caratteristici del centro storico; partecipazione al Summer Festival. Pernottamento presso gli alberghi a 3 o 4 stelle.

2° giorno: mattino: passeggiata a cavallo sulle colline lucchesi, con



partenza da un maneggio e guida di cavalieri esperti. Sosta per il pranzo in una fattoria per la degustazione di vini e prodotti tipici.

Chi presenta il biglietto per l'evento "Lucca Summer Festival" ha uno sconto sulla passeggiata.

Pomeriggio: visita all'Orto Botanico.

Sera: cena in albergo a cui seguirà la partecipazione alle opere del festival musicale pucciniano con spostamento in battello dal porticciolo di Massaciuccoli. In questo periodo, infatti, sono previste corse speciali per raggiungere il teatro e per il ritorno.

3° giorno: mattino: volo in mongolfiera, sulla città di Lucca, con partenza dall'aeroporto di Tassignano-Capannori

Pomeriggio: visita alle antiche residenze dei più illustri personaggi lucchesi nella zona di Capannori.

5. CONCLUSIONI

Da questa analisi si può comprendere che il turismo, a Lucca, ha avuto un notevole incremento negli ultimi anni, sia per la qualità che per la quantità di domanda e offerta. C'è stata sicuramente una migliore pianificazione degli eventi. Le istituzioni pubbliche e private si sono adoperate per un perfezionamento dell'offerta, sia dal punto di vista della visibilità e promozione, che da quello organizzativo.

Lucca è sempre stata visitata per la bellezza dei suoi monumenti, musei e per le diverse tipologie di territorio che offre. Negli ultimi anni, però, c'è stato un salto di qualità, mettendo la città al livello di grandi metropoli come Firenze, Milano e Roma, per l'importanza e la portata degli eventi culturali che in essa si stanno svolgendo. Negli anni '90 queste novità sono entrate un po' "in sordina"; gli spazi e la partecipazione erano limitati; ora hanno assunto dimensioni molto grandi, se rapportate ad una città di provincia come Lucca. Forse ciò ha portato a qualche disagio nella vita un po' riservata e chiusa dei cittadini lucchesi, ma ha creato una pubblicità e una diffusione dell'immagine a livello italiano, europeo ed extraeuropeo. Basti pensare ai 220.000 biglietti venduti per il "Lucca Comics and Games", ai 16.000 spettatori, tutti in Piazza Napoleone, che hanno assistito al concerto di Robbie Williams durante il Summer Festival (ed era l'unica data italiana dell'estate 2015), i quasi 10.000 visitatori accorsi al concerto di Elton John...

Un ulteriore incremento dell'offerta culturale potrebbe essere rappresentato dall'organizzazione di grandi eventi anche nell'ambito della lirica, soprattutto legata a Giacomo Puccini. In questo senso si stanno muovendo grandi passi, come ad esempio i "Puccini Days", un festival invernale un po' atipico durante il quale, quest'anno, si avranno: la rappresentazione di opere del maestro, brani corali e strumentali, ma anche un omaggio alla famiglia con brani di Michele Puccini. Le musiche saranno interpretate da ospiti di fama mondiale, come la soprano coreana Grazia Lee, la mezzo soprano Moonjin Kim, Daniela Dessì e, per la serata finale del 10 gennaio, José Carreras.

Quello che serve, però, anche secondo il Presidente della Regione Toscana e il Sindaco di Lucca, è una collaborazione con il Festival Pucciniano,

perché «Dobbiamo promuovere la sinergia con Torre del Lago: sarebbe fantastico se in Toscana più comuni potessero dialogare. In questa legislatura abbiamo deciso di scommettere su Puccini, per invitare il mondo a conoscerci meglio»¹.

Molti aspetti possono ancora essere migliorati:

- In alcune zone della Provincia mancano spazi chiusi, dove svolgere eventi di un certo rilievo anche nel periodo invernale;
- Manca un calendario unico e pianificato, su tutto il territorio, anche se molti passi avanti sono stati compiuti e l'Amministrazione sta lavorando con i principali soggetti che organizzano eventi culturali, per poter realizzare un maggiore coordinamento tra essi.
- Esistono ancora periodi "morti", durante l'anno, nei quali sarebbe opportuno inserire iniziative anche di tipo congressuale.

È importante, soprattutto, promuovere un turismo lento e all'insegna della sostenibilità. A questo proposito si può affermare che la società "Sistema Ambiente S.p.A." cerca di rendere la città di nuovo vivibile, nel minor tempo possibile, in occasione dei flussi turistici più consistenti. Questo va un po' a discapito della vita quotidiana degli abitanti del centro storico, che sicuramente sentono più rumore durante le ore notturne. Chi viene da fuori, però, trova una città pulita e accogliente: negli ultimi anni, i visitatori che sono accorsi in occasione degli eventi, hanno trovato un centro storico pulito e degli ottimi servizi. Ad esempio, alcuni turisti che erano venuti al "Lucca Comics & Games" anche nel 2014, sono stati contenti di trovare un numero alto di cestoni per la raccolta differenziata perché questo ha consentito loro di effettuare le visite in una città pulita. Maggiore è il numero di servizi forniti, maggiore è la possibilità di sostenere un evento del genere.

Lo sviluppo sostenibile deve essere favorito anche utilizzando mezzi di trasporto non inquinanti. Infatti, nella parte finale, ho riportato alcuni esempi di integrazione dei grandi festival con attività da effettuare senza l'auto. La città e i dintorni possono essere esplorati con la bicicletta, il treno, il cavallo, il

¹ Affermazione del Presidente della Regione, Enrico Rossi, presso Palazzo Strozzi, il giorno 16 novembre 2015.

battello, permettendo di godere pienamente le bellezze architettoniche, paesaggistiche e culturali a ogni tipo di visitatore, nel rispetto della natura e del patrimonio artistico.

«Questa è la direzione in cui sta andando il turismo oggi: secondo Legambiente e Vivitalia, il turismo ecologico è cresciuto del 10% sullo scorso anno e la sostenibilità è considerata una pre-condizione di ogni tipo di turismo. Addirittura, il 50% dei turisti, si dichiara disponibile a pagare tra il 10 e il 20% in più, pur di fare vacanze sostenibili. Secondo uno studio di Barometro, una società di marketing, emerge il reale interesse dei turisti italiani all'ambiente: a parità di prezzo il 68% preferisce una struttura alberghiera a basso impatto ambientale e il 27% la sceglie sempre e comunque»².

² F. Iseppi, *Cibo e turismo, una attrazione naturale*, «Touring, il nostro modo di viaggiare», 2015, 1, p. 3.

6. APPENDICE

6.1. IL PROGRAMMA INTERNAZIONALE BANDIERA BLU

Il programma internazionale Bandiera Blu, per la certificazione della qualità ambientale delle località costiere, si è affermato ed è attualmente riconosciuto in ogni parte del mondo, sia dai turisti che dai tour operator, come un valido eco-label relativamente al turismo sostenibile in località marine e lacustri.

Il programma è portato avanti dall'organizzazione non governativa e non-profit "Foundation for Environmental Education" (FEE) ed è operativo in Europa dal 1987. Con l'inizio del nuovo secolo la FEE ha sottoscritto un protocollo di partnership globale con il Programma per l'Ambiente delle Nazioni Unite (UNEP) e un Protocollo d'Intesa con l'Organizzazione Mondiale del Turismo delle Nazioni Unite (UNWTO). Quindi, il Programma, inizialmente europeo, è stato esteso in 48 Paesi in tutto il Mondo.

Il suo obiettivo principale è la promozione, nei comuni rivieraschi, di una condizione sostenibile del territorio, attraverso una serie di indicazioni che pongono, alla base delle scelte politiche, l'attenzione e la cura per l'ambiente. I criteri del programma sono aggiornati periodicamente, allo scopo di consentire, alle amministrazioni locali partecipanti, di impegnarsi per risolvere le problematiche relative alla gestione del territorio per una attenta salvaguardia dell'ambiente. La valutazione delle auto-candidature si svolge attraverso i lavori di una Commissione di Giuria, al cui interno sono presenti rappresentanti di enti istituzionali quali Presidenza del Consiglio-Dipartimento del Turismo, Ministero delle Attività Agricole e Forestali, Comando Generale delle Capitanerie di Porto, Coordinamento Assessorati al Turismo delle Regioni... Già da alcuni anni, per la valutazione delle candidature, è stato introdotto l'iter procedurale certificato secondo la norma UNI EN ISO 9001-2000¹.

¹ La vecchia (e superata da molti anni) revisione del 2000 viene ancora impropriamente nominata *Vision 2000*. Tale termine non è il nome di uno standard, ma è un nome generico (promosso dall'ISO e, in Italia, dall'UNI) che identificava una serie di attività (dibattiti ed emendamenti, formazione, divulgazione, documentazione, ecc.) che riguardavano la nuova famiglia di norme sulla qualità emesse poi nel dicembre del 2000. *Vision 2000* non è stata

Il Questionario Bandiera Blu si compone di 12 sezioni:

1. Notizie di carattere generale;
2. La Spiaggia;
3. Qualità delle acque di balneazione;
4. Depurazione delle acque che, dopo utilizzazione domestica, industriale o agricola, vengono avviate, più o meno inquinate, allo smaltimento;
5. Gestione dei rifiuti;
6. Educazione Ambientale ed Informazione;
7. Iniziative Ambientali;
8. Certificazione Ambientale;
9. Turismo;
10. Lo stabilimento balneare;
11. Pesca professionale;
12. Adempimenti.

La prima sezione riveste valenza puramente qualitativa perché vengono richieste notizie di carattere generale, utili per le successive valutazioni quantitative delle altre sezioni. È richiesto, inoltre, un supporto cartografico del territorio comunale di interesse, con evidenziata la collocazione delle infrastrutture necessarie per l'idoneità complessiva del sito. Esse saranno sottoposte a verifiche successive, in loco, da parte di soggetti istituzionali e della FEE stessa. Quest'ultima, fino allo scorso anno, ha potuto contare, per le verifiche sul territorio, sulla collaborazione del Comitato Carabinieri per la tutela dell'ambiente riguardo alla depurazione.

Per quanto riguarda la qualità delle acque di balneazione, solo le località in cui queste sono risultate eccellenti nella stagione precedente possono presentare la candidatura. Invece, per quanto concerne la depurazione, solo località che presentano impianto almeno con trattamento secondario possono procedere nel percorso di valutazione. In particolare non vengono considerate zone che non abbiano almeno l'80% dell'allaccio in fognatura, delle acque reflue, dell'intero territorio della località candidata. È stato,

quindi una norma ma il progetto che è culminato nell'uscita della revisione 2000 della ISO 9001.

inoltre, richiesto un incremento nella percentuale di raccolta differenziata minima per l'accesso alle valutazioni.

Al centro delle problematiche è collocata la necessità di garantire la massima vivibilità del territorio che si manifesta attraverso una serie di interventi (depurazione delle acque reflue, gestione dei rifiuti con particolare attenzione alla raccolta differenziata e ai rifiuti pericolosi, regolamentazione del traffico veicolare, cura dell'arredo e decoro urbano, sicurezza e servizi in spiaggia).

Durante il periodo estivo, le località con certificazione "Bandiera Blu" sono sottoposte a visite di controllo, allo scopo di verificare la conformità ai criteri stabiliti dal Programma.

La partecipazione dei comuni a quest'ultimo è gratuita, sia nel caso della valutazione e della certificazione, sia per le visite di controllo che sono a carico della FEE.

Nei venti anni in cui il programma ha accompagnato molti comuni della riviera italiana, è stato possibile verificare un'evoluzione positiva delle condizioni di vivibilità dei Comuni, anche con un aumento delle pressioni esercitate dall'incremento del numero di turisti che frequentano quelle località.

6.2. GARFAGNANA IN CASTAGNA

Nell'anno 2011, così come tutti gli anni, la Comunità Montana della Garfagnana, in collaborazione con i parchi delle Alpi Apuane e dell'Appennino Tosco-Emiliano, ha presentato "Garfagnana in Castagna", un ricco programma di eventi per la stagione autunnale che ha posto, al centro delle varie manifestazioni, la castagna. Con questi eventi viene messo in evidenza il fatto che tale prodotto, all'inizio, costituiva un alimento povero, in grado di garantire il sostentamento delle popolazioni di montagna nei momenti difficili, ma poi è divenuto una importante risorsa per l'economia e il turismo locali.

L'evento presenta lo scopo di stimolare il visitatore a condurre una sorta di esplorazione multisensoriale verso nuovi orizzonti naturalistici ed enogastronomici, alla scoperta dei colori e dei sapori dell'autunno. Ad

esempio, per far apprezzare meglio le specialità della tradizione culinaria locale (prodotti a base di funghi, tartufi, maiale e castagne), sono state anche organizzate sagre nei vari paesini della Garfagnana, con predisposizione di menù a tema da parte di ristoratori convenzionati aderenti all'iniziativa (esempi: castagnata a: Castelnuovo di Garfagnana, Castiglione di Garfagnana, San Romano, Trassilico, Cascio, Gorgigliano, Sillano; Festa del Vino a Riana ecc..).

6.3. ANCHE NEL MONDO DEI COMICS SI MANGIA, SI BEVE E SI INGRASSA

Anche i personaggi dei fumetti mangiano, bevono e ingrassano come persone in carne ed ossa. Si consiglia, però, di non seguire le loro ricette preferite, che possono far arrivare la persona al consumo di un numero alto di calorie. Nonna Papera è capace di cucinare torte di mele (Figura 23), che mandano in ammirazione Ciccio, golosissima oca antropomorfa con tanto di cappellino. Zio paperone sembra apprezzare il "profumo" dei dollari, ma se qualcuno pronuncia la parola "gratis" o sulla tavola compaiono pollo fritto e/o arrosto, la sua fame diventa stratosferica. Pippo, invece, preferisce la nocciolina americana che lo trasforma in Superpippo, super-eroe che indossa un pigiama-tuta di colore rosso. Sempre a proposito di forza possiamo citare



Figura 23: Torte di mele di Nonna Papera

braccio di Ferro, il marinaio con i bicipiti da culturista e l'ancora tatuata. Dopo che ha divorato gli spinaci è sempre pronto ad affrontare il cattivone di turno davanti alla fidanzata Olivia, magra come un chiodo. Poldo Sbaffini, personaggio della serie animata di Braccio di Ferro, ama invece mangiare un quintale di saporiti hamburger. Tra gli altri cibi e bevande preferite dai personaggi dei cartoni animati possiamo citare: la birra Duff e le ciambelle coperte di glassa (donuts) di Homer Simpson, i cupcake di Puffo Cuoco, le palline di naftalina dell'extraterrestre Eta-Beta, i cinghiali arrosto di Obelix e le lasagne del gatto Garfield.

6.4. EMANUELA PACOTTO

Emanuela Pacotto è una doppiatrice e attrice italiana, famosa soprattutto per aver doppiato molti ed importanti personaggi di serie animate giapponesi.

È anche una fan di cartoni animati, partecipa a molte fiere ed eventi, si esibisce con le voci dei suoi personaggi celebri e canta alcune sigle originali in lingua giapponese. Il 3 novembre 2012 si è esibita nel concerto "Emanuela Pacotto-IDOL AMBITION Live Concert. Si tratta della protagonista assoluta del primo anime live action italiano CENSORS, il web movie pubblicato il 2 novembre 2015 su You Tube.

Sin da piccola ha iniziato a far carriera nel mondo dello spettacolo, partecipando a concorsi canori, sceneggiati televisivi e servizi pubblicitari. Il suo successo continuò nel coro dei Piccoli Cantori di Milano diretti da Ninì Comolli, incidendo varie sigle televisive. Nel 1975 venne scelta tra più di 500 bambini per "La bambola abbandonata", effettuando il suo debutto teatrale con la regia di Giorgio Strehler. Dopo aver costituito un gruppo con alcuni dei suoi ex compagni del coro dei cantori di Milano, Emanuela continuò a studiare danza classica. Nonostante frequentasse la scuola privata di recitazione "Centro Teatro Attivo" di Milano, diretta da Nicoletta Ramorino, a 17 anni superò l'esame di ammissione all'Accademia d'arte dei Filodrammatici e così riuscì a diplomarsi come attrice.

Dopo un alto numero di ruoli, venne scelta per recitare il personaggio di marika in "Kiss me Licia", la versione filmica in carne ed ossa del cartone animato giapponese.

La carriera di doppiatrice ha condotto la Pacotto ad affermarsi in ruoli come: Bulma in "Dragon Ball-La saga", Lisa in "Lisa e Seya un solo cuore per lo stesso segreto", Sakura Haruno in "Naruto", Nami in "One Piece- All'arrembaggio", Jessie in "Pokémon"...

Scelta da Mattel dal 2006 divenne la voce italiana ufficiale di Barbie e, durante il Gran Galà del doppiaggio 2007, vinse l'Oscar del doppiaggio della categoria "Premio del Pubblico". Prestò la sua voce anche in altri programmi, videogiochi e spot televisivi e, durante l'anteprima mondiale di CENSORS del

1 novembre 2015, ricevette, dal Presidente di Lucca Comics and Games, il riconoscimento ufficiale come "Amica di Lucca Comics & Games".

La doppiatrice ha partecipato a diverse manifestazioni come Romics, Lucca Comics, Cartoomics², Fumettopoli³ ed altri eventi in cui ha interagito con il pubblico. Si è esibita anche cantando alcune sigle originali di anime in lingua giapponese, con e senza musica di accompagnamento, come "Bon Voyage" di "One Piece" e "Plenty of Grit" di "Slayers Revolution", apprezzate da fan e web magazine del settore.

² Lo storico salone milanese dedicato al fumetto e a tutto quello che ruota intorno al mondo dei comics (cartoons, cinema, cosplay, fantascienza e fantasy, ...).

³ Fumettopoli è una importante fiera del fumetto che dal 1992 ha luogo a Milano due o tre volte l'anno.

7. BIBLIOGRAFIA

- Gruppo editoriale "L'Espresso": *Il Tirreno*:
 - 14 maggio 2015, Livorno, pp. Lucca III-VII
 - 16 maggio 2015, Livorno, p. Lucca VII
 - 17 maggio 2015, Livorno, pp. Lucca VIII-IX
 - 1 luglio 2015, Livorno, pp. Lucca I-III
 - 2 luglio 2015, Livorno, pp. Lucca I-III
 - 8 luglio 2015, Livorno, p. Lucca IV
 - 10 luglio 2015, Livorno, pp. Lucca II-III
 - 12 luglio 2015, Livorno, pp. Lucca II-III
 - 17 luglio 2015, Livorno, p. Lucca III
 - 18 luglio 2015, Livorno, pp. Lucca III-IV
 - 19 luglio 2015, Livorno, p. Lucca V
 - 21 luglio 2015, Livorno, p. Lucca III
 - 24 luglio 2015, Livorno, pp. Estate 2-3
 - 25 luglio 2015, Livorno, pp. Lucca I-III
 - 30 luglio 2015, Livorno, pp. Lucca I-IX
 - 5 settembre 2015, Livorno, p. Lucca VII
 - 23 settembre 2015, Livorno, pp. Lucca I-III
 - 15 ottobre 2015, Livorno, pp. 18-19
 - 22 ottobre 2015, Livorno, pp. Lucca II-X
 - 23 ottobre 2015, Livorno, pp. Lucca I-IV
 - 24 ottobre 2015, Livorno, p. Lucca V
 - 26 ottobre 2015, Livorno, p. 14
 - 29 ottobre 2015, Livorno, pp. Lucca I-V
 - 29 ottobre 2015, Livorno, p. 17
- J.P. Lozato-Giotart, *Progettazione e gestione di sistemi turistici. Territorio, sistemi di produzione e strategie*, Scienze e professioni del turismo, I textbook per l'università e la professione, Franco Angeli, 2009, p. 164
- Poligrafici Editoriale: *La Nazione*:
 - 9 agosto 2015, Firenze, pp.4-5

- 28 ottobre 2015, Firenze, pp.1-4
- K. Sebastiani, *Lucca cambia Lucca, tre anni di mandato*, Lucca, Amministrazione Comunale, 2015
- Touring Club Italiano, *Touring, il nostro modo di viaggiare*, n° 7-8, anno IV, National Geographic, 2015

8. SITOGRAFIA

- Enrico Conti, *Rapporto sul turismo in Toscana. La Congiuntura 2014*, in http://www.regionetoscana.it/documents/10180/12023699/Rapporto_Turismo_2014-1.pdf/14178c9e-9212-4300-838f-468b9a0a3b5a
- Fondazione Campus Studi del Mediterraneo di Lucca su incarico della Provincia di Lucca, *Il Progetto OTD e le dinamiche turistiche in Provincia di Lucca*, in http://www.turismo.provincia.lucca.it/OTD_Lucca.pdf (realizzato nel quadro del Programma Operativo 2007-2012)
- <http://iltirreno.geolocal.it/lucca/cronaca/2015/10/11/news/>
- <http://iltirreno.geolocal.it/lucca/cronaca/2015/10/25/news/grazie-per-aver-spostato-il-palco>
- <http://iltirreno.geolocal.it/lucca/cronaca/2015/10/25/news/japan-town-la-più-grande-e-con-tante-anteprime>
- <http://iltirreno.geolocal.it/lucca/cronaca/2015/10/17/news/lucca-comics-ztl-estesa-a-tutto-il-centro-storico>
- https://it.wikipedia.org/wiki/Emanuela_Pacotto
- https://it.wikipedia.org/wiki/Media_valle_del_Serchio
- https://it.wikipedia.org/wiki/Piana_di_Lucca (Consultato il 5 ottobre 2015)
- https://it.wikipedia.org/wiki/Torre_del_lago_Puccini (Consultato il 5 ottobre 2015)
- https://it.wikipedia.org/wiki/Viareggio#Monumenti_e_luoghi_di_interesse (Consultato il 5 ottobre 2015)
- <http://turistipercaso.it/mostra-mercato-del-disco/poi/>
- <http://www.atssrl.net/sold-out-150-000-biglietti-venduti> (Consultato il 23 novembre 2015)
- <http://www.bandierablu.org/common/aboutus.asp> (Consultato il 15 settembre 2015)
- <http://www.lagazzettadilucca.it/politica/2015/03/agenda-per-lucca>

- <http://www.lanazione.it/lucca/summer-festival-niente-banner-sugli-spalti> (consultato il 17 luglio 2015)
- <http://www.loschermo.it/articoli/view/63869> (Consultato il 21 aprile 2015)
- <http://www.loschermo.it/articoli/view/70286> (Consultato il 30 luglio 2015)
- <http://www.luccacomicsandgames.com/it/2014/games/news/>
- <http://www.luccaindiretta.it/dalla-città/item/41742-turismo-agenda-per-lucca-boccia-il-comune> (Consultato il 3 agosto 2015)
- <http://www.perinijournal.it/Items/it-IT/Articoli/PJL-36/Lucca-il-Summer-Festival-un-palcoscenico-deccezione-per-le-piu-prestigiose-star-della-musica-in> (Consultato il 30 aprile 2015)
- <http://www.pruneta.com/it/2011garfagnana-chestnut-festival/>
- http://www.toscanaeturismo.it/info_toscana/lucca_summer_festival
- <http://www.turismo.provincia.lucca.it/post.php?idart=40> (Consultato il 5 ottobre 2015)
- <http://www.turismo.garfagnana.eu/it/> (Consultato il 25 settembre 2015)
- <http://www.turismo.provincia.lucca.it/post.php?idart=204>
- ISI Pertini, Lucca, *L'evoluzione della domanda e dell'offerta turistica nella Provincia di Lucca: i nuovi bisogni formativi*, in <http://www.pertini.lucca.it/agenzia/pdf/domanda-turistica-lucca-2013.pdf>
- Lucca Comics & Games s.r.l.:
 - *Bilancio Sociale e di Sostenibilità 2013*, in http://www.luccacomicsandgames.com/fileadmin/documents/LC_G_Bilancio_sociale_e_di_Sostenibilita_2013_LQ.pdf
 - *Bilancio Sociale e di Sostenibilità 2014*, in http://www.luccacomicsandgames.com/fileadmin/documents/LC_G-Bilancio-sociale-e-di-Sostenibilita-2014.pdf
- Quadro conoscitivo, *Ambito n°4, Media Valle del Serchio*, in http://www.regione.toscana.it/documents/10180/404161/ambito_04_media_valle_1_2/f7041739-9de5-4995-9839-c92f31a74f23